

Flexing di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit

Keyrina Adinda

Departemen Antropologi, Universitas Hasanuddin

Correspondence author: Keyrinaadinda10@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Instagram, flexing, narcissism, personal branding, self-appreciation, insecure, and benefit.

How to cite:

Adinda, K. (2023). "Flexing di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit". *Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1):68-90.

ABSTRACT

Instagram is a popular photo and video-based social media platform in Indonesia. At first, the photos and videos uploaded were simple. But now, Instagram users are starting to pay attention to quality; they are even willing to spend money and time to make an ideal upload. An ideal post, such as showing happiness or one that is exclusive in terms of both financial and personal achievement. Nowadays, this behavior has become known as flexing. Flexing then mushroomed not only among upper and middle class, but also lower class. This article explores this flexing behavior.

This study was conducted on Instagram as this social media platform that first popularized flexing, and there are still many flexing actors on Instagram. This study was conducted between September and December 2022, involving 13 informants, who vary according to sex (7 women and 6 men), age (between 19 and 24 years), and status (six flexing agents, four followers, and three flexing agents as well as followers). Interview and observation were combined as data collection methods. While the former was carried out through face-to-face interview and online interview using Zoom application and Instagram direct messages; the latter was conducted by observing their Instagram accounts.

The study indicates that even though flexing, by definition is related to showing off wealth, the research finding indicates that it also includes one's achievement (i.e. one's performance, ideal body, expertise). Those who do flexing suggest that Instagram is one's personal property and they have the right to upload whatever they want. Based on this, the reasons for doing flexing vary, ranging from self-appreciation and appreciated by other, to archive something they have or achieve, and personal branding. Flexing has both positive and negative impacts on the person doing it and on other people. The positive impacts on flexing actors are self-motivation, making new friends, and opening up job opportunities. The positive impacts on others are motivation, and sources of information. Meanwhile, The negative impacts of Flexing for actors are that they become more wasteful and spend a lot of time. The negative impacts on others, it creates a feeling of insecurity and pressure because they compare themselves with others.

1. Pendahuluan

Instagram adalah media sosial berbasis foto dan video yang populer di Indonesia. Menurut data dari We Are Social, Instagram menduduki posisi kedua sebagai media sosial paling banyak digunakan dengan persentase 88,4% setelah Whatsapp.¹ Hakikat Instagram dirancang sebagai tempat berbagi foto dan video kepada pengguna lain,² maka dihadirkan berbagai pilihan fitur yang menunjang fungsi tersebut, seperti Instagram *story*, *feed*, *reel*, dan *live streaming* Instagram. Selain fitur mengunggah foto dan video, Instagram juga menghadirkan fitur *like*, *comment*, dan *share*. Hal tersebut merupakan wadah bagi para penggunanya untuk saling berinteraksi mengenai suatu unggahan.

Instagram yang diluncurkan pada tahun 2010, pada awalnya belum memerhatikan komposisi, presisi, dan pengeditan foto-foto yang diunggah (Putri 2018:45). Berbeda halnya dengan saat ini, foto dan video yang diunggah pada akun Instagram harus ideal, sehingga sebelum diunggah, foto dan video tersebut melalui proses pengeditan.

Selain memiliki nilai estetika dari segi tampilan, foto dan video yang dianggap ideal adalah yang menunjukkan kebahagiaan, atau yang eksklusif, baik dari segi finansial maupun pencapaian. Orang rela menghabiskan banyak waktu dan uang untuk menghasilkan gambar dan video yang ideal untuk diunggah ke Instagram, seperti liburan ke luar kota, makan di restoran, swafoto menggunakan filter atau *makeup*, *nongkrong* di kafe, barang belanjaan, prestasi kerja/belajar, dll. Perilaku menunjukkan hal-hal yang dimiliki atau diraih kepada khalayak umum melalui media sosial, menurut Khayati dkk. (2022) disebut dengan istilah *flexing* atau pamer kemewahan.

Flexing sudah muncul sejak berabad-abad lalu, dan dikenal sebagai *conspicuous consumption* (konsumsi yang menyolok) yang dicetuskan oleh Thorstein Veblen.³ Veblen (dalam Bakti dkk. 2020:89-90) menunjukkan bahwa *conspicuous consumption* dilakukan dalam rangka memperoleh status sosial dengan menunjukkan status superior oleh mereka yang mampu mengonsumsi barang-barang mahal secara menyolok. Di Indonesia, *flexing* mulai populer sejak orang-orang super kaya atau biasa disebut dengan istilah *crazy rich* bermunculan di Instagram dengan memamerkan kekayaan mereka.

Menurut pengamat media sosial, Edwin Syarif Agustin, media sosial yang pertama kali membuat *flexing* populer adalah Instagram, lalu disusul platform-platform lainnya.⁴ Instagram dengan basis foto dan video memberikan kemudahan kepada para penggunanya untuk melakukan *flexing*.⁵ Di antara *crazy rich* yang sering melakukan *flexing* adalah Raffi Ahmad dan Nagita Slavina (@raffinagita1717) yang membagikan foto koleksi mobil mewahnya; Anang Hermansyah (@ananghijau) dan Ashanty (@ashanty_ash) membagikan foto-foto liburan keluarga ke luar negeri; Syahrini (@princesssyahrini) yang sering mengunggah foto naik jet pribadi; dan Uya Kuya (@king_uyakuya) membagikan foto koleksi mobil-mobil antiknya. Namun, *flexing* tidak hanya dilakukan oleh *crazy rich* atau kalangan kelas atas (*upper class*) dan menengah saja, dewasa ini, *flexing* juga telah merambah di kalangan menengah ke bawah.

¹<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, diakses tanggal 28 November 2022.

²<https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses tanggal 28 November 2022.

³<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-kisaran/baca-artikel/14817/Crazy-Rich-Flexing-dan-Melunturnya-Budaya-Ketimuran.html>, diakses tanggal 28 November 2022.

⁴<https://www.liputan6.com/news/read/4928859/jurnal-fenomena-flexing-pamer-harta-demi-eksistensi>, diakses tanggal 16 November 2022.

⁵<https://www.inews.id/lifestyle/seleb/deretan-artis-indonesia-yang-sering-pamer-kekayaan-di-instagram-nomor-4-jadi-korban-penipuan>, diakses tanggal 7 Juni 2023.

Beberapa studi tentang *flexing* telah dilakukan. Ada yang berfokus pada tujuan dari perilaku *flexing* (baca, misalnya, Hafidz 2022; Khayati dkk. 2022). Hafidz (2022) mengkaji dari sudut pandang hukum pidana yang menunjukkan fenomena *flexing* dalam media sosial dapat berujung pada penindakan hukum jika disalahgunakan sebagai sarana atau modus dalam melakukan tindak pidana, seperti pada kasus aplikasi *binary option* Binomo dan Quotex. Menurut Khayati dkk. (2022), *flexing* bertujuan untuk mendapatkan penghargaan, kehormatan, dan status sosial, tetapi kekayaan yang dipamerkan belum tentu benar kepemilikan aset sendiri.

Studi lain difokuskan pada pandangan agama terhadap perilaku *flexing* (baca, misalnya, Budiartini dkk. 2022, Wijaya 2022, Labib 2022, Darmalaksana 2022). Studi-studi tersebut mendudukan *flexing* sebagai perbuatan yang negatif. Perilaku *flexing* dianggap bertentangan dengan nilai-nilai agama, baik dalam agama Hindu maupun agama Islam. Budiartini dkk. (2022), yang menitikberatkan kajiannya pada pandangan agama Hindu, mengaitkan ajaran *Sapta Timira* (tujuh kegelapan yang membuat manusia lupa diri) sebagai ajaran yang mendukung terjadinya perilaku *flexing*. *Sapta Timira* membuat manusia menjadi manusia paling egois tanpa memikirkan manusia lainnya, dan itu sangat membahayakan jika tidak dapat dikontrol dengan baik. Wijaya (2022) memfokuskan kajiannya pada kisah Qarun dalam Al-Quran yang relevan dengan perilaku *flexing* di media sosial saat ini. Temuannya menunjukkan bahwa *qarun* dikisahkan sebagai orang kaya sombong yang diazab Allah, dan maraknya perilaku *flexing* di media sosial merupakan tanda lahirnya *qarun-qarun* moderen di zaman ini. Labib (2022) mengkaji penafsiran Quraish Shihab dalam tafsir al-Misbah dalam kaitan dengan perilaku *flexing*. Penafsiran Quraish Shihab tersebut mendudukan *flexing* sebagai perbuatan yang negatif karena dianggap tidak relevan dengan aturan agama Islam apabila diterapkan pada kehidupan sosial masyarakat. Dengan meninjau dari sudut pandang hadis, Darmalaksana (2022) memandang bahwa perilaku *flexing* bertentangan dengan moral etika. Studi-studi tersebut mendudukan perilaku *flexing* sebagai perbuatan berlebihan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dalam agama. Namun, perilaku *flexing* tidak sepenuhnya berdampak negatif. *Flexing* juga memiliki dampak-dampak positif bagi pelaku *flexing* dan juga bagi orang lain, namun belum “disentuh” oleh para peneliti sebelumnya. Artikel ini berkontribusi untuk mengisi *gap* tersebut.

Pembahasan dalam artikel ini akan dibagi menjadi tiga bagian. Bagian *pertama* akan mengeksplorasi perspektif emik tentang *flexing*. Pada bagian *kedua*, pembahasan difokuskan pada alasan yang mendasar kenapa orang melakukan *flexing*. Bagian akhir mendiskusikan tentang dampak yang ditimbulkan dari *flexing* tidak saja bagi diri sendiri, tetapi juga bagi orang lain.

2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan secara virtual melalui Instagram yang berlangsung selama bulan September hingga Desember 2022. Penelitian melalui Instagram dilakukan karena *flexing* muncul pertama kali di Instagram dan hingga saat ini masih banyak ditemui mulai dari yang menggunakan fitur *story*, *feed*, *reel*, hingga fitur *live streaming*.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 13 orang dengan rentang usia antara 19 dan 24 tahun. Rentang usia tersebut termasuk pada kelompok umur generasi Z. Berdasarkan data survei Alvara, generasi Z merupakan generasi dengan penetrasi tertinggi pengguna internet.⁶ Mereka merupakan pengguna Instagram yang berasal dari

⁶<https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi>, diakses tanggal 14 Juni 2023.

Kota Makassar dan/atau yang tinggal di Kota Makassar untuk bekerja atau menempuh pendidikan. Meskipun jumlah *followers* tidak menjadi kriteria utama, tapi pelaku *flexing* yang menjadi informan dalam penelitian ini paling sedikit memiliki 1.820 *followers*.

Pemilihan informan dilakukan berdasarkan pada dua kriteria, yaitu: *pertama*, pengguna Instagram yang melakukan *flexing* di akun-akun Instagram mereka (enam orang); *kedua*, *followers* akun pengguna Instagram yang melakukan *flexing* (empat orang). Namun, ada juga yang pelaku *flexing* sekaligus sebagai *followers* (tiga orang).

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Status
1.	Budi	Laki-Laki	24	Pelaku <i>flexing</i>
2.	Wati	Perempuan	24	Pelaku <i>flexing</i>
3.	Gusna	Perempuan	23	Pelaku <i>flexing</i>
4.	Saldi	Laki-laki	21	Pelaku <i>flexing</i>
5.	Chelsea	Perempuan	21	Pelaku <i>flexing</i>
6.	Rama	Laki-laki	19	Pelaku <i>flexing</i>
7.	Daren	Laki-laki	22	<i>Follower</i>
8.	Abi	Laki-laki	22	<i>Follower</i>
9.	Suci	Perempuan	21	<i>Follower</i>
10.	Mira	Perempuan	21	<i>Follower</i>
11.	Adam	Laki-Laki	22	Pelaku <i>flexing & follower</i>
12.	Siska	Perempuan	20	Pelaku <i>flexing & follower</i>
13.	Rara	Perempuan	19	Pelaku <i>flexing & follower</i>

Teknik observasi dan wawancara mendalam dikombinasikan sebagai pengumpulan data. Observasi dilakukan dengan cara mengamati aktivitas informan di akun Instagram masing-masing, yang meliputi jenis unggahan, intensitas mengunggah, kata-kata keterangan dalam tiap unggahan, dan tanda-tanda yang ada di setiap unggahan foto atau video. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengunjungi akun mereka, baik pada fitur Instagram *story*, *feed*, *reel*, maupun *live streaming*. Selain aktivitas informan, tanggapan dari *followers* di Instagram, seperti tanggapan suka dan komentar pada unggahan-unggahan informan juga menjadi aspek yang diobservasi. Wawancara mendalam dilakukan secara tatap muka (tiga orang) dan selebihnya secara daring menggunakan aplikasi Zoom serta *direct message* (sepuluh orang) Instagram berupa teks dan rekaman suara. Wawancara mendalam dilakukan untuk mengetahui persepsi mereka tentang *flexing*, alasan mereka melakukan *flexing*, dan dampak perilaku *flexing* yang mereka rasakan.

Analisis dimulai dengan menggabungkan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara mendalam. Ini dilanjutkan dengan membaca dan mendeteksi tema-tema yang muncul, yang meliputi persepsi tentang Instagram dan *flexing*, motif mereka menggunakan Instagram, alasan melakukan *flexing*, dampak perilaku *flexing* bagi diri sendiri dan bagi orang lain. Selanjutnya, data-data tersebut dikategorikan berdasarkan

tema-tema tersebut. Ini dilanjutkan dengan menginterpretasikan temuan-temuan tersebut sebelum akhirnya menarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini, kesediaan delapan informan diperoleh melalui *chat* di *direct message* Instagram, selebihnya diperoleh secara langsung (tatap muka). Sebelum meminta kesediaan masing-masing informan, saya terlebih dahulu menjelaskan topik, tujuan, dan penelitian. Saya juga meminta izin untuk melakukan observasi pada akun Instagram mereka, termasuk izin untuk melakukan tangkapan layar pada *story* dan *feed* Instagram mereka. Dalam proses wawancara, semua informan tidak merasa keberatan untuk direkam selama wawancara berlangsung. Semua nama informan dalam penelitian ini menggunakan nama samaran guna memroteksi identitas mereka.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

• *Flexing*

Makna harfiah kata *flexing* dalam bahasa Inggris adalah pamer. Istilah *flexing* pertama kali muncul di kalangan ras kulit hitam dan digunakan secara khusus dalam lagu *It Was a Good Day* oleh Rapper Ice Cube pada tahun 1992.⁷ Namun, istilah tersebut mulai populer setelah Rae Sremmurd merilis lagu *No Flex Zone* yang menceritakan tentang area untuk orang-orang yang santai, bersikap seperti dirinya sendiri, dan tidak pamer.⁸ Penggunaan istilah *flexing* di media sosial mulai *booming* pada tahun 2013.⁹

Secara garis besar, *flexing* adalah suatu kebiasaan seseorang untuk memamerkan apa yang dimilikinya di media sosial.¹⁰ Dalam konteks penelitian ini, yang dipamerkan adalah berupa gaya hidup hedonisme, foto-foto ke luar kota/negeri, makan/minum di kafe atau restoran, dan barang-barang mewah yang dimiliki, seperti tas *branded*, produk elektronik Apple, dan mobil. Siska (21 tahun), pelaku *flexing* dan *follower*, mendefinisikan *flexing* sebagai perilaku memamerkan barang-barang mewah di media sosial, seperti tas *branded*. Adam (22 tahun), yang juga seorang pelaku *flexing* sekaligus *follower*, menganggap bahwa *flexing* sebagai perilaku seseorang yang gemar memamerkan barang-barang miliknya, seperti emas, dan isi tabungan. Padahal menurut Adam, hal-hal seperti itu harusnya hanya menjadi konsumsi pribadi. Artinya, Adam bersikap mendua terkait dengan *flexing* yang dilakukannya karena di satu sisi ia melakukan *flexing*; di sisi lain, ia beranggapan bahwa sesungguhnya apa yang di-*flexing*-kan harusnya tidak menjadi konsumsi publik.

Namun, dalam penelitian ini, definisi *flexing* mengalami perluasan makna. *Flexing* tidak saja terbatas pada perilaku memamerkan kekayaan dan gaya hidup, tetapi *flexing* juga merupakan perilaku pamer pencapaian. Abi (22 tahun), seorang *follower* akun pelaku *flexing*, mendefinisikan *flexing* dalam skala yang lebih luas, karena orang tidak sekedar memamerkan barang-barang mewah, tetapi juga prestasi-prestasi yang telah diraih oleh seseorang. Ia mengungkapkan bahwa mereka yang suka mengunggah kegiatan sehari-hari, seperti mengisi seminar, prestasi yang dicapai juga termasuk *flexing*. Rama (19 tahun), yang merupakan pelaku *flexing*, mengungkapkan bahwa ia sering mengunggah pencapaian di Instagram yang pada dasarnya termasuk perilaku *flexing* karena Instagram adalah ruang publik, dan ketika prestasi itu diunggah maka itu menjadi

⁷<https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/15/203000865/flexing-adalah-sikap-pamer-dan-bisa-jadi-hanya-strategi-marketing?page=all>, diakses tanggal 16 November 2022.

⁸<https://tirto.id/arti-flexing-asal-usul-katanya-yang-ramai-di-media-sosial-gpgJ>, diakses tanggal 16 November 2022.

⁹<https://magdalene.co/story/apa-itu-flexing>, diakses tanggal 16 November 2022.

¹⁰<https://www.gramedia.com/best-seller/flexing-adalah/>, diakses tanggal 16 November 2022.

konsumsi publik. Sejalan dengan itu, Mira (21 tahun), yang juga seorang *follower* akun pelaku *flexing*, mengatakan bahwa *flexing* tidak hanya memamerkan barang atau kekayaan saja, tetapi juga memamerkan bentuk tubuh sebagai capaian dari olahraga yang dilakukannya selama ini.

Psikolog Indah Sundari Jayanti menjelaskan bahwa *flexing* menunjukkan kebutuhan terhadap eksistensi diri.¹¹ Perkembangan dunia digital, seperti media sosial, membuat mereka terbantu untuk *flexing*. Tidak mengherankan jika perilaku semacam ini semakin sering dijumpai di media-media sosial. Nevid (dalam Apriliani 2015:3) mengemukakan bahwa orang yang menampilkan perilaku narsisisme suka memamerkan keberhasilan yang telah diraihinya, dengan harapan orang terkagum-kagum padanya. *Flexing* pada dasarnya menunjukkan adanya kebutuhan yang tinggi akan eksistensi diri.

Hal serupa dikemukakan oleh Suci (21 tahun), seorang *follower* akun pelaku *flexing*, bahwa mereka yang melakukan *flexing* adalah orang-orang yang narsis. Dalam kaitan dengan ini, Dewi dan Ibrahim (2019:4-5) mengemukakan bahwa orang yang melakukan narsisisme di Instagram ingin mendapatkan perhatian dari orang lain, ingin dikenal dan terlihat eksis, dan ingin menunjukkan superioritasnya dengan merasa lebih mampu dari orang lain. Kenapa mereka melakukan *flexing*?

• Mengapa Melakukan *Flexing*?

Instagram merupakan media sosial berbasis foto dan video yang memberikan kewenangan kepada para penggunanya untuk mengunggah hal-hal yang mereka inginkan. Setiap pengguna Instagram memiliki kuasa untuk mengatur akunnya sendiri. Jenis unggahan beserta intensitas mengunggah sepenuhnya berada di bawah kendali masing-masing pemilik akun Instagram. Dengan cara kerja Instagram tersebut, pengguna Instagram yang melakukan *flexing* menganggap bahwa akun Instagramnya adalah milik pribadi, sehingga mereka mempunyai hak mengunggah apa saja yang mereka inginkan. Siska (20 tahun), pelaku *flexing* sekaligus *follower*, menjelaskan bahwa Instagram adalah media sosial miliknya dan dengan demikian ia berhak mengunggah apapun yang diinginkannya di akun Instagram-nya.

Adapun alasan pelaku *flexing* melakukan *flexing* adalah berdasarkan persepsi mereka terkait Instagram dan tujuan mereka menggunakan Instagram, yaitu: untuk pengarsipan, sebagai bentuk apresiasi, dan sebagai *personal branding*, sebagaimana akan dibahas berikut ini.

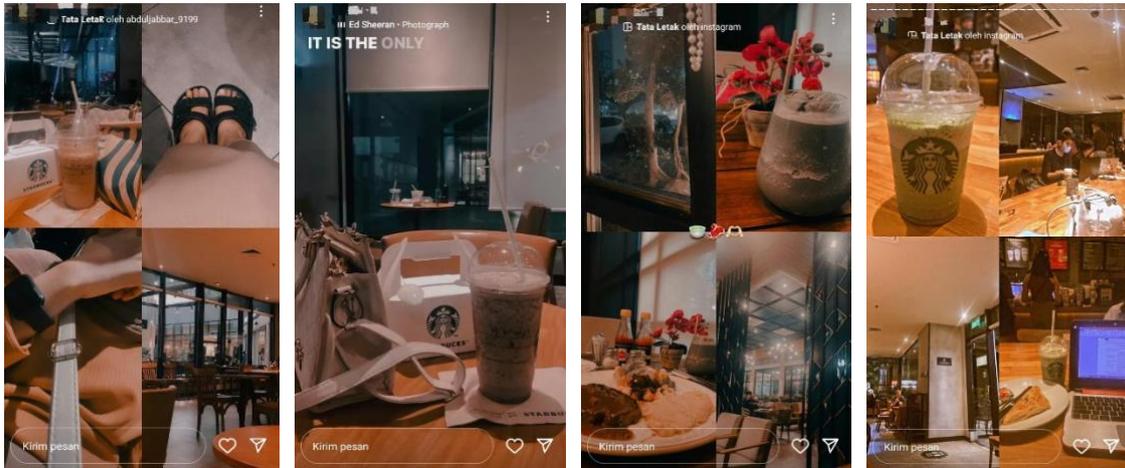
Pengarsipan

Instagram menghadirkan fitur arsip yang berfungsi menyimpan suatu unggahan tanpa batas waktu. Hadirnya fitur tersebut secara otomatis menjadi “tempat menyimpan” apa yang pernah diunggah. Ini tidak saja menjadi, sebagaimana yang disampaikan oleh Adam (22 tahun), pelaku *flexing* sekaligus *follower*, bahwa kehadiran fitur pengarsipan membuat Instagram menjadi semakin bagus karena unggahan dapat tersimpan dan di masa yang akan unggahan tersebut dapat menjadi kenangan. Jadi, ketika Adam misalnya mengunggah *story*, maka di masa yang akan datang ia diingatkan bahwa ia ternyata pernah mengunggah hal tersebut.

Selain fitur arsip, terdapat juga fitur sorotan yang tertera di profil Instagram. Fitur sorotan berfungsi menyimpan *story* yang telah diunggah sebelumnya dan

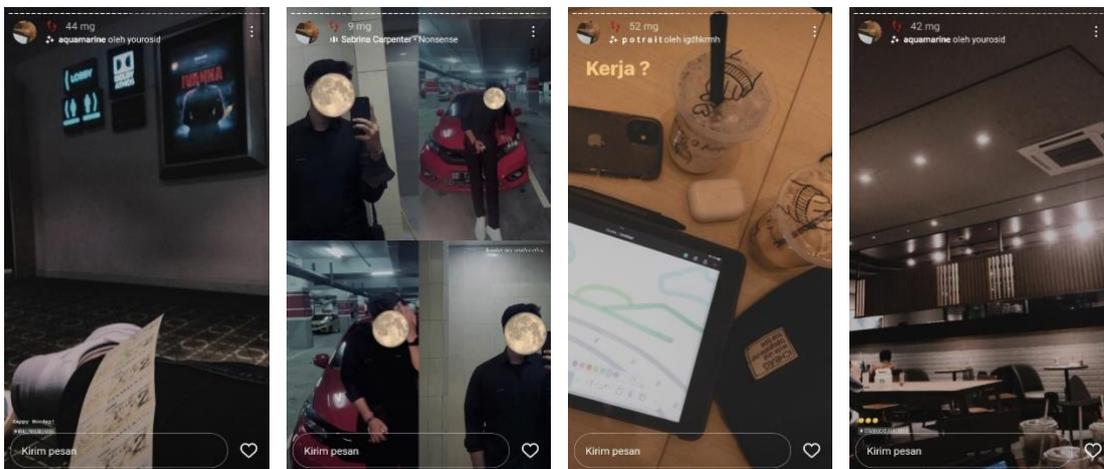
¹¹<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220124143117-277-750501/melihat-perilaku-flexing-alias-pamer-secara-psikologis>, diakses tanggal 9 Desember 2022.

menampilkannya di profil Instagram sebagai cuplikan atau *highlight*.¹² Rara (19 tahun), pelaku *flexing* yang juga *follower*, menggunakan fitur tersebut untuk menampilkan kenangan yang telah dilaluinya, termasuk *flexing* tempat makan/minum eksklusif yang telah dikunjunginya (lihat **Gambar 1**).



Gambar 1. *Flexing* tempat makan/minum yang eksklusif
Sumber: Akun Instagram Rara

Rama (19 tahun), seorang pelaku *flexing*, juga mengungkapkan salah satu alasannya melakukan *flexing* karena Instagram menjadi wadah pengarsipan baginya. Rama juga menggunakan fitur sorotan untuk menyimpan *story flexing* aktivitasnya (lihat **Gambar 2**).



Gambar 2. *Flexing* aktivitas dan barang mewah
Sumber: Akun Instagram Rama

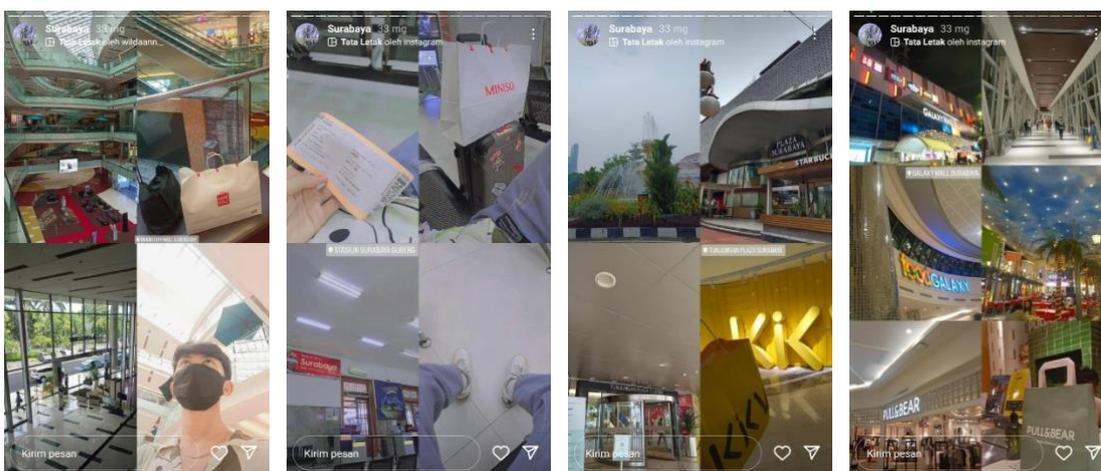
Mengapresiasi dan Diapresiasi

Jika merujuk pada pengertiannya, maka secara etimologis, apresiasi berasal dari bahasa Latin “*apreciatio*”, berarti penghargaan dan dalam bahasa Inggris, “*appreciate*”, berarti menyadari, memahami, menghargai, dan menilai. Secara terminologi, apresiasi merupakan proses menilai yang dilakukan untuk sesuatu hal dari satu orang ke orang

¹²<https://www.bedapedia.com/2023/05/cara-membuat-dan-menghapus-sorotan-ig.html>, diakses tanggal 27 Mei 2023.

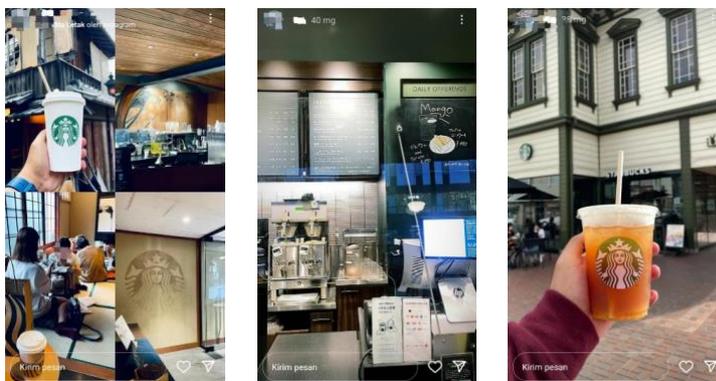
lain.¹³ Apresiasi diri adalah bentuk kita mencintai diri sendiri (*loving myself*) dan mencintai orang lain (*loving others*). Salah satu alasan orang melakukan *flexing* adalah untuk mengapresiasi dirinya dan diapresiasi oleh orang lain.

Budi (24 tahun), seorang pelaku *flexing*, yang senang melakukan *flexing* dalam kaitan dengan kesenangan yang dialaminya. Kesenangan yang diunggah di Instagram adalah bentuk apresiasi dirinya terhadap semangat kerja keras yang selama ini dilakukannya. Bentuk kesenangan yang dibagikannya berupa liburan ke luar kota dan *paperbag* belanjaan dengan merek yang tengah populer, seperti produk dari MINISO, KKV, dan PULL & BEAR (lihat **Gambar 3**).



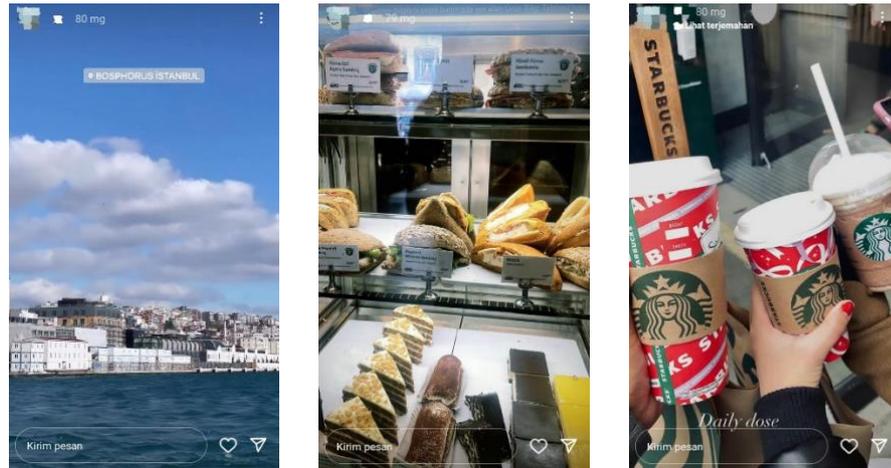
Gambar 3. *Flexing* liburan ke Surabaya dan *paperbag* belanjaan
Sumber: Akun Instagram Budi

Ini berbeda dari Adam (22 tahun), pelaku *flexing* sekaligus *follower*, yang cenderung melakukan *flexing* jika ada sesuatu yang dicapainya. Mengunggah capaiannya di Instagram adalah bentuk apresiasi terhadap dirinya atas capaian tersebut. Salah satu capaiannya ketika berhasil mengunjungi negara-negara impiannya (lihat **Gambar 4** dan **Gambar 5**). Salah satunya ketika Adam berhasil mewujudkan impiannya ke Jepang melalui program *Six University Initiative Japan Indonesia-Service Learning Program* (lihat **Gambar 4**), dan Turki melalui program *Future Leader Exchange* (lihat **Gambar 5**).



Gambar 4. *Flexing* ke luar negeri (Jepang)
Sumber: Akun Instagram Adam

¹³<https://www.liputan6.com/hot/read/4727656/pengertian-apresiasi-menurut-para-ahli-beserta-fungsi-dan-tujuannya>, diakses tanggal 20 Mei 2023.

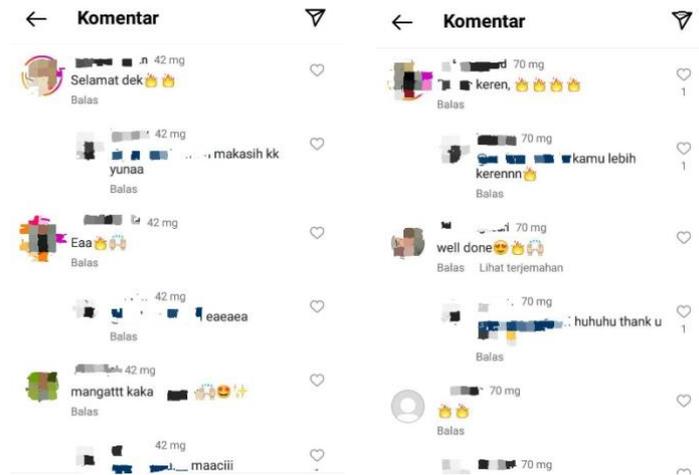


Gambar 5. *Flexing* ke luar negeri (Turki)
Sumber: Akun Instagram Adam

Namun, selain melakukan *flexing* sebagai bentuk apresiasi diri sendiri, mereka juga merasa mendapatkan apresiasi dari orang lain. Mengapresiasi dan diapresiasi ini merupakan sifat alami manusia. Jadi, tidaklah mengherankan jika dalam kegiatan sehari-hari, manusia sering melakukan usaha yang terbaik untuk mendapatkan apresiasi atau penghargaan dari orang lain. Dalam kaitan dengan *flexing* melalui unggahan di Instagram, bentuk apresiasi dari orang lain itu berupa *love* dan pujian pada kolom komentar (lihat **Gambar 6** dan **Gambar 7** berikut ini).



Gambar 6. Pujian oleh *follower* di kolom komentar (kiri), tangkapan layar *chat* bersama Budi di *direct message* (kanan)
Sumber: Akun Instagram Budi (kiri), koleksi peneliti (kanan)



Gambar 7. Pujian oleh *follower* Instagram di kolom komentar
Sumber: Akun Instagram Rama

Flexing membuat orang terobsesi untuk melakukan hal tersebut secara berulang (Musman dalam Khayati dkk 2022:115). Budi (24 tahun), seorang pelaku *flexing*, mengungkapkan perasaannya bahwa ia sangat senang ketika mendapatkan *love* dan ia kemudian mendeteksi akun-akun yang memberikan *love* di unggahannya. Tanggapan tersebut memicunya untuk melakukan *flexing* kembali. Psikolog Dian Wisnuwardani¹⁴ menjelaskan bahwa seseorang yang memamerkan sesuatu akan merasa lebih senang karena hormon dopamin atau hormon pengendali emosi yang ada dalam tubuhnya meningkat. Hormon dopamin adalah senyawa kimia di otak yang berperan untuk menyampaikan rangsangan ke seluruh tubuh.¹⁵ Dalam konteks ini, Instagram sebagai wadah apresiasi diri dan diapresiasi orang lain melalui tombol *love* dan pujian pada kolom komentar yang kemudian merangsang hormon dopamin mereka. Hal tersebut membuat orang terstimulasi untuk melakukan *flexing* secara berulang.

Personal branding

Menurut Harianti (2019:33), *personal branding* adalah penjelasan atau proses komunikasi tentang kepribadian, kemampuan, nilai-nilai, kemampuan, perilaku, prestasi, keunikan dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya persepsi tersebut dapat menjadi suatu identitas yang digunakan oleh orang lain dalam mengingat seseorang.

Pelaku *flexing* menganggap bahwa media sosial, termasuk Instagram, sebagai wadah untuk melakukan *personal branding*. Oleh karenanya, mereka melakukan *flexing* dengan memamerkan keahlian yang dimiliki dan prestasi yang telah dicapai pada akun Instagramnya. Rama (19 tahun), seorang pelaku *flexing*, mengungkapkan hal yang serupa. Rama menggunakan Instagram untuk membangun *personal branding*, sehingga ia melakukan *flexing* pencapaian dan aktivitas yang menunjang citra diri yang ingin dibangun sebagai seorang duta pelajar (lihat **Gambar 8** dan **Gambar 9**).

¹⁴<https://www.liputan6.com/news/read/4927630/flexing-berbahaya-untuk-pelaku-dan-penontonnya>, diakses tanggal 20 November 2022.

¹⁵<https://www.alodokter.com/10-fakta-tentang-hormon-dopamin>, diakses tanggal 20 November 2022.

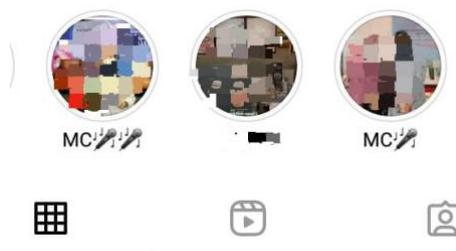


Gambar 8. *Flexing* bukti prestasi sebagai Duta Pelajar
Sumber: Akun Instagram Rama

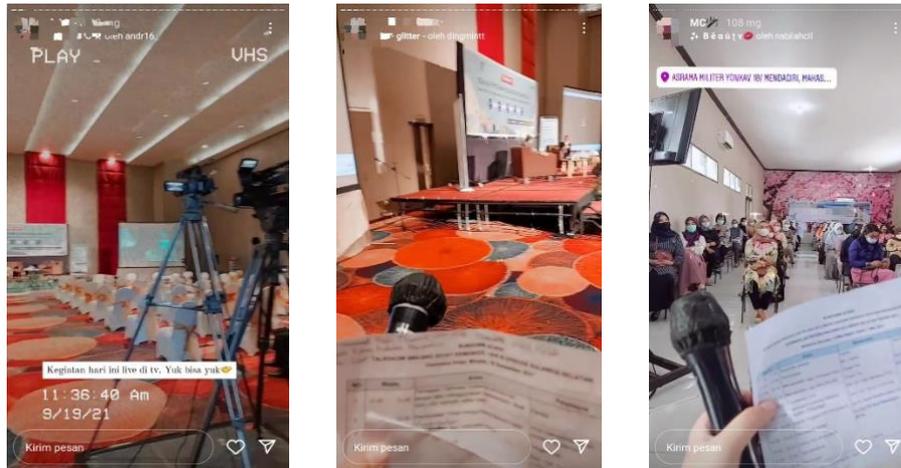


Gambar 9. *Flexing* aktivitas-aktivitas sebagai Duta Pelajar
Sumber: Akun Instagram Rama

Hal ini sejalan dengan apa yang dilakukan Chelsea (21 tahun), yang juga seorang pelaku *flexing*, yang memamerkan keahlian dan seluruh kegiatannya sebagai MC pada sorotan Instagramnya (lihat **Gambar 10** dan **Gambar 11**).



Gambar 10. *Flexing* aktivitas sebagai MC dengan jumlah menghampiri 200 *story*
Sumber: Akun Instagram Chelsea



Gambar 11. Flexing aktivitas sebagai MC
Sumber: Akun Instagram Chelsea

- **Dampak Flexing: Self vs Others**

Perilaku *flexing* di Instagram memberikan dampak positif dan negatif terhadap diri sendiri (*self*) dan terhadap orang yang mengikuti akun Instagram mereka (*others*), sebagaimana akan dibahas pada sesi berikut ini.

Dampak Positif Bagi Diri Sendiri

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dampak positif bagi diri pelaku *flexing* untuk memotivasi diri, memperluas jaringan, dan membuka tawaran kerja, sebagaimana pembahasan berikut ini.

Memotivasi diri

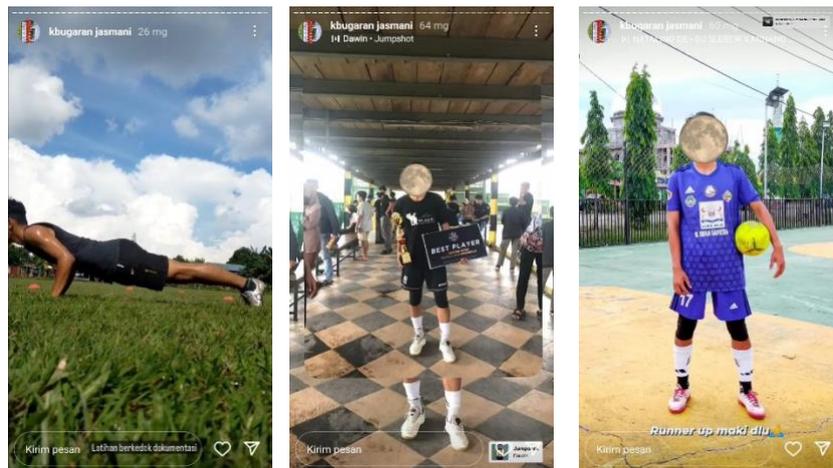
Menurut Musman (dalam Khayati dkk 2022:115), kebiasaan seseorang dalam melakukan *flexing* atau menunjukkan kekayaan akan terobsesi untuk melakukan hal tersebut secara berulang. Orang yang melakukan *flexing* tidak saja termotivasi untuk melakukannya kembali, tetapi juga memotivasi diri untuk bekerja lebih keras agar citra kaya dan sukses sebagaimana yang di-*flexing*-kan, terutama jika unggahan berbeda dari aslinya.

Budi (24 tahun), yang merupakan pelaku *flexing*, mengungkapkan bahwa ia selalu ingin mengunggah *story* yang berisi kesenangan, baik tentang kesehariannya di tempat kerja, kegiatan ke luar kota, mengunjungi restoran/kafe, maupun ketika berbelanja (lihat **Gambar 12**). Ini sebagai stimulan bagi dirinya untuk tetap bekerja keras demi mencapai keinginannya. Aktif mengunggah *flexing* memotivasi dirinya untuk berusaha mendapatkan sesuatu yang diinginkan lalu diunggah di akun Instagram-nya setiap hari.



Gambar 12. *Flexing* barang belanjaan dan tempat yang dikunjungi
Sumber: Akun Instagram Budi

Saldi (21 tahun), yang juga seorang pelaku *flexing*, mengungkapkan manfaat yang ia rasakan adalah ia menjadi termotivasi untuk berusaha mewujudkan impiannya sebagai orang yang sukses. Saldi menyebutnya sebagai proses sukses, sehingga ia *flexing* kegiatannya sebagai mahasiswa ilmu keolahragaan dan pencapaiannya dalam bidang olahraga (lihat **Gambar 13**).



Gambar 13. *Flexing* kegiatan keolahragaan dan pencapaian dalam bidang olahraga
Sumber: Akun Instagram Saldi

Memperluas Jaringan

Flexing juga memperluas jaringan pertemanan. Hal ini dialami oleh Adam (22 tahun), seorang pelaku *flexing* sekaligus *follower*, yang *flexing* pencapaiannya sebagai juara lomba karya tulis ilmiah di Instagram, sebagaimana yang diungkapkannya, bahwa dengan *flexing* pencapaian, itu menjadi *privilege* tersendiri bagi dirinya. Suatu waktu seorang *follower* melihat *postingan* pencapaiannya terkait juara I lomba karya tulis ilmiah (lihat **Gambar 14**). Lalu, Adam diajak menjadi partner lomba karya tulis. Dari situ ia mendapatkan teman baru lagi.



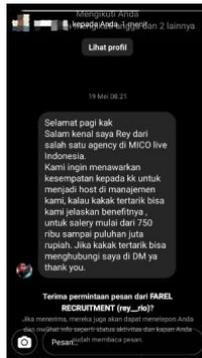
Gambar 14. Flexing prestasi Adam
Sumber: Akun Instagram Adam

Membuka Peluang Kerja

Orang-orang yang melakukan *flexing* dengan alasan untuk *personal branding* juga merasakan dampak positifnya, yakni membuka peluang kerja. Hal ini sejalan yang dialami oleh Saldi (21 tahun), seorang pelaku *flexing* pencapaian sebagai duta budaya dan *flexing* keahlian bernyanyi (lihat **Gambar 15**). Saldi mengungkapkan bahwa ia beberapa kali mendapatkan tawaran pekerjaan, baik tawaran melalui *direct message* (lihat **Gambar 16**), maupun tawaran ketika bertemu langsung.



Gambar 15. Flexing pencapaian sebagai duta budaya, dan keahlian bernyanyi
Sumber: Akun Instagram Saldi



Gambar 16. Tawaran kerja sebagai *host* melalui *direct message*
Sumber: Koleksi foto Saldi

Wati (24 tahun), seorang pelaku *flexing* kegiatan-kegiatan kepenulisan yang diikutinya. *Personal brand* yang dibangun adalah sebagai mahasiswa yang aktif dan berkarya (lihat **Gambar 17**) dalam dunia kepenulisan membuat Wati diundang dalam berbagai acara *workshop* kepenulisan sebagai narasumber (lihat **Gambar 18**).



Gambar 17. *Flexing* tulisan yang dimuat di surat kabar
Sumber: Akun Instagram Wati



Gambar 18. *Flexing* kegiatan sebagai narasumber di bidang kepenulisan dengan puluhan jumlah *story* pada fitur sorotan
Sumber: Akun Instagram Wati

Dampak Positif Terhadap Followers

Dampak positif perilaku *flexing* terhadap *followers* adalah menjadi sumber informasi dan memotivasi diri, sebagaimana akan dibahas di bawah ini.

Menjadi sumber informasi

Salah satu manfaat dari perilaku *flexing* di Instagram adalah menjadi sumber informasi bagi orang lain. Mira (21 tahun), seorang *follower* akun pelaku *flexing*, misalnya, mengungkapkan bahwa ia mendapatkan informasi terkait gimnasium dari pelaku *flexing* tubuh ideal yang diikutinya (*follow*) karena pelaku *flexing* tersebut kerap membagikan tips-tips berolahraga di gimnasium kepada *follower*-nya yang bertanya.

Rama (19 tahun), seorang pelaku *flexing* aktivitas sebagai mahasiswa program studi perencanaan wilayah dan kota (lihat **Gambar 19**), mengungkapkan bahwa beberapa *followers*-nya sering bertanya kepada Rama terkait dunia kampus.



Gambar 19. *Flexing* aktivitas sebagai mahasiswa
Sumber: Akun Instagram Rama

Menjadi motivasi

Mereka yang melakukan *flexing* secara tidak langsung memberikan motivasi kepada orang lain. Mira (21 tahun), *follower* akun pelaku *flexing*, mengungkapkan bahwa unggahan *flexing* tubuh (lihat **Gambar 20**) yang dilakukan akun pelaku *flexing* yang Mira ikuti dapat memotivasi dirinya, sebagaimana dikemukakannya berikut ini.

Beberapa orang yang aku *follow* itu melakukan *flexing* kalau dia lagi di tempat *gym*. Nah, mereka pamer bentuk badan, seperti foto depan cermin atau bikin video lagi *workout*. Aku cukup iri sih sama bentuk badan mereka yang menurut aku bagus. Sisi positifnya aku juga jadi rajin *workout*. Selain membentuk badan, bagus juga buat kesehatan aku supaya tidak mudah sakit.



Gambar 20. *Flexing* bentuk tubuh oleh seorang selebgram
Sumber: Koleksi Mira

Jika Mira termotivasi untuk berolahraga, maka lain halnya dengan Siska (20 tahun), seorang pelaku *flexing* sekaligus *follower*, termotivasi untuk meningkatkan kualitas diri agar bisa berprestasi dan mendapatkan pekerjaan impiannya, sebagaimana yang diungkapkannya berikut ini.

Dia suka *share* tentang karirnya dan betapa bagus pekerjaannya. Saya kadang membandingkan diri dengan pencapaiannya. Namun setelah itu, saya kembali *push* (dorong) diri. Saya kembali belajar hal baru. Saya pikirkan apa yang harus saya lakukan, apa yang harus saya tingkatkan supaya bisa seperti dia.

Dampak Negatif Terhadap Diri Sendiri

Flexing juga menimbulkan dampak negatif terhadap diri pelaku pelaku *flexing*, yakni menjadi lebih boros dan menghabiskan banyak waktu, sebagaimana yang akan dibahas berikut ini.

Menjadi lebih boros

Keinginan untuk mengunggah sesuatu di Instagram yang terus-menerus muncul membuat pelaku *flexing* menjadi lebih boros. Ini karena untuk mengunggah sesuatu, bukan sesuatu yang gratis karena ada biaya yang harus dikeluarkan. Budi (24 tahun), seorang pelaku *flexing*, mengungkapkan bahwa ia jelas menjadi sangat boros karena ia “mengharuskan dirinya” untuk selalu membuat *story* sebagai bahan *flexing*-nya, seperti makan di sebuah kafe atau restoran, atau jalan-jalan di berbagai tempat. Semua itu memerlukan biaya, biaya untuk makan, biaya untuk jalan-jalan, demi memenuhi keinginannya untuk *flexing* agar teman-temannya mengetahui apa yang dilakukannya.

Gusna (23 tahun), seorang pelaku *flexing*, juga mengungkapkan bahwa untuk mengunjungi tempat dan membeli makanan/minuman yang sedang populer di Instagram, itu membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Namun, Gusna memaksakan dirinya untuk mengunjungi tempat tersebut sebagai bahan unggahan di Instagram-nya sebagai, tanda bahwa ia telah mengunjungi tempat tersebut dan mencoba makanan/minuman tersebut (lihat **Gambar 21**).



Gambar 21. Flexing tempat makan dan minum yang dikunjungi
Sumber: Akun Instagram Gusna

Menghabiskan banyak waktu

Untuk menghasilkan konten yang ideal, pelaku *flexing* memerlukan banyak waktu untuk mengedit konten tersebut. Siska (20 tahun), seorang pelaku *flexing* sekaligus *follower*, merupakan tipe orang yang gemar mengedit video atau gambar hingga hasilnya benar-benar bagus, misalnya, warnanya harus seimbang, *tone* warnanya harus sesuai. Intinya, gambar tersebut harus kelihatan estetik. Ini menyebabkan ia menghabiskan waktu banyak untuk menyelesaikan satu video yang, menurutnya, siap untuk diunggah.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Gusna (23 tahun), seorang pelaku *flexing*, bahwa untuk menghasilkan konten yang ideal, ia harus menangkap gambar dengan jumlah belasan hingga puluhan kali. Kemudian, menyeleksi mana yang ideal untuk diunggah di Instagramnya. Setelah mendapatkan foto yang ideal, Gusna mengeditnya terlebih dahulu. Proses pemilihan hingga pengeditan foto menghabiskan waktu kurang lebih setengah jam. Gusna juga menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengedit satu video hingga ia merasa video tersebut sudah sesuai selera, bagus, dan siap untuk diunggah di Instagramnya (lihat **Gambar 22**).



Gambar 22. Video *flexing* jalan-jalan
Sumber: Akun Instagram Gusna

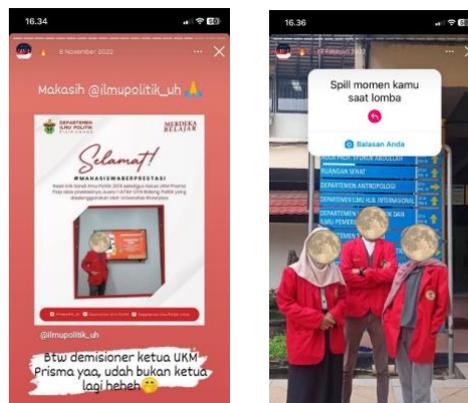
Dampak Negatif Terhadap Followers

Adapun dampak negatif terhadap *followers* adalah merasa *insecure* dan membandingkan diri sendiri dengan siapa yang ada di unggahan *flexing*, sebagaimana dibahas berikut ini.

Merasa *insecure*

Insecure (merasa aman atau cemas) merupakan perasaan cemas, tidak mampu, dan kurang percaya diri yang membuat seseorang merasa tidak aman.¹⁶ Salah satu dampak negatif dari *flexing* adalah membuat orang lain (*followers*) merasa *insecure*.

Daren (22 tahun), seorang *follower* akun pelaku *flexing*, mengungkapkan perasaan *insecure*-nya ketika melihat *flexing* prestasi teman-temannya di Instagram (lihat **Gambar 23**). Ini tidak saja membuatnya iri atas capaian tersebut, tetapi juga menjadikannya tidak percaya diri. Daren mengungkapkan bahwa ia merasa *insecure* untuk bergaul dengan teman-temannya yang *flexing* prestasi sebab bahan obrolan mereka seputar proges dan kegiatan mereka, sedangkan Daren tidak memiliki bahan obrolan yang sepadan.



Gambar 23. *Flexing* pencapaian dan aktivitas lomba di sorotan Instagram
Sumber: Koleksi foto Daren

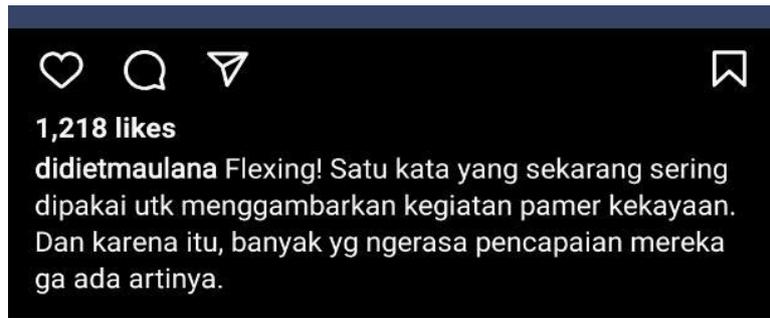
Sejumlah *followers* Budi juga merasa *insecure* karena *flexing* yang diunggah oleh Budi, seperti *flexing* liburan ke luar kota, makan di tempat yang mewah, dan belanja barang bermerek. Ketika ia telah mengunggah *story*, maka beberapa *followers* akan mengirim *direct message* yang mengungkapkan perasaan *insecure* mereka. Budi mengungkapkan bahwa ada temannya yang menghubunginya yang mempertanyakan apakah Budi tetap mau berteman dengannya karena ia merasa tidak pantas berteman, selain pekerjaannya yang dianggapnya bukan pekerjaan yang prestisius, ia juga merasa tidak pantas berteman dengan Budi karena ia orang tidak mampu. Padahal Budi sendiri merasa sebagai orang biasa, bukan dari keluarga kaya. Namun, unggahan-unggahan *flexing*-nya telah “mengelabui” *followers*-nya, padahal Budi sendiri merasa kelabakan untuk membiayai konten-konten *flexing*-nya.

Membanding-bandingkan diri sendiri dengan orang lain

Menjadi penonton unggahan pencapaian-pencapaian orang lain memunculkan perasaan tertekan. Hal ini karena orang yang mengonsumsi konten *flexing* membandingkan pencapaian orang lain dengan dirinya sendiri. Ini sejalan dengan yang disampaikan seorang *fashion designer* Indonesia yang cukup terkenal, Didiet Maulana dalam unggahan Instagramnya (lihat **Gambar 24**) bahwa salah satu dampak *flexing* terhadap

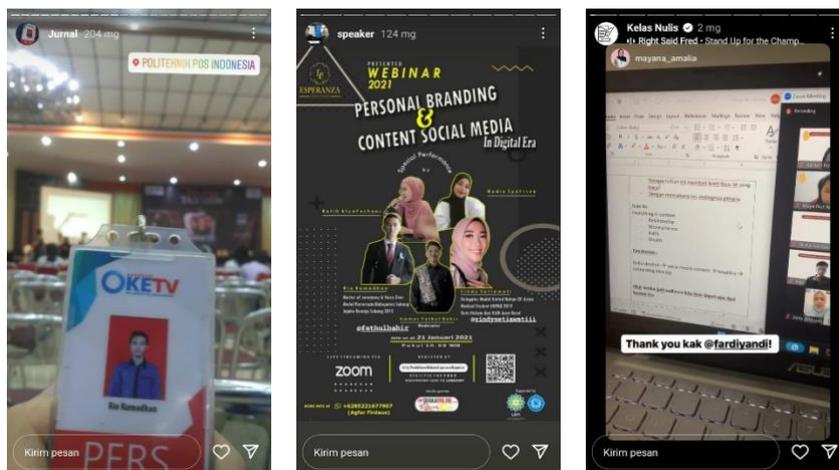
¹⁶ <https://www.alodokter.com/insecure>, diakses tanggal 29 Mei 2023.

orang lain adalah orang lain merasa pencapaian mereka tidak ada artinya dibandingkan dengan orang yang melakukan *flexing* di Instagram.



Gambar 24. Tangkapan layar dari unggahan Didiet Maulana
Sumber: Akun Instagram Didiet Maulana (@didietmaulana)

Suci (21 tahun), seorang *follower* akun pelaku *flexing*, juga mengungkapkan hal serupa, bahwa unggahan-unggahan pencapaian di Instagram memberikan dampak negatif bagi dirinya. Ia jadi membanding-bandingkan dirinya dengan orang lain, dari sisi gaji, pekerjaan, sehingga ia ingin hidupnya seperti orang yang digambarkan dalam unggahan *flexing* tersebut (lihat **Gambar 25**).



Gambar 25. Flexing aktivitas kerja selebgram yang diikuti Suci
Sumber: Koleksi Suci

Contoh kasus lainnya adalah Abi (22 tahun), yang seorang *follower* dari akun Instagram pelaku *flexing*, menjelaskan bahwa ia merasa tertekan dan membandingkan diri dengan orang yang melakukan *flexing* pencapaian dirinya di Instagram, seperti prestasi juara berbagai lomba, dan kesibukan mengisi seminar di mana-mana. Abi akhirnya menonaktifkan akun Instagramnya lalu menghapus aplikasi Instagram dari telepon genggamnya karena ia merasa tidak ada apa-apanya dibandingkan dengan orang yang *flexing* di Instagram.

4. Penutup

Flexing merupakan perilaku pamer kekayaan di media sosial. Di Indonesia, *flexing* populer sejak kemunculan *crazy rich* yang memamerkan kekayaannya melalui Instagram. Namun, seiring waktu, definisi *flexing* tidak terbatas pada perilaku

memamerkan kekayaan saja, tetapi juga capaian seseorang (i.e. prestasi, bentuk tubuh, keahlian).

Pelaku *flexing* di Instagram memamerkan beragam konten sesuai dengan persepsi dan tujuan masing-masing, yaitu menganggap Instagram sebagai wadah pengarsipan terkait berbagai aktivitas yang telah diunggah, sebagai media untuk mengapresiasi diri dan diapresiasi oleh *followers*, dan sebagai media *personal branding*.

Flexing dapat berdampak positif dan negatif, baik terhadap pelaku *flexing*, maupun terhadap *followers*. Dampak positif bagi diri pelaku *flexing* adalah bahwa *flexing* menjadi refleksi untuk memotivasi diri, mendapatkan teman baru, dan membuka peluang kerja. Adapun dampak positif bagi *followers* adalah membuat *followers* termotivasi untuk dapat mencapai atau mendapatkan apa yang di-*flexing*-kan di Instagram dan konten-konten *flexing* menjadi sumber informasi bagi *followers*. Sementara dampak negatif *flexing* bagi diri pelaku *flexing* adalah membuat mereka menjadi lebih boros untuk mewujudkan konten-konten *flexing* dan menghabiskan banyak waktu untuk mengedit konten sebelum akhirnya diunggah di akun Instagram. Adapun dampak negatif bagi *followers* adalah munculnya rasa *insecure* atas konten-konten *flexing* yang diunggah oleh pelaku *flexing* dan timbulnya rasa tertekan karena membanding-bandingkan diri dengan pelaku *flexing* itu sendiri.

Acknowledgments

Terima kasih kepada semua informan yang terlibat dalam penelitian ini yang telah memberikan informasi dan kesediaan untuk dipublikasikan dalam artikel ini.

Conflicts of Interest

Penelitian ini tidak memiliki konflik kepentingan.

Daftar Pustaka

- Apriliani, F. 2015. Narsisme Facebooker ditinjau dari Self-esteem. *Naskah Publikasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, <http://eprints.ums.ac.id/37637/20/02.%20Naskah%20Publikasi.pdf>, diakses tanggal 28 November 2022.
- Ashari, M. 2022. *Crazy Rich, Flexing, dan Melunturnya Budaya Ketimuran*, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-kisaran/baca-artikel/14817/Crazy-Rich-Flexing-dan-Melunturnya-Budaya-Ketimuran.html>, diakses pada tanggal 28 November 2022.
- Azizah, N. 2022. *Arti Flexing & Asal-Usul Katanya yang Ramai di Media Sosial*, <https://tirto.id/arti-flexing-asal-usul-katanya-yang-ramai-di-media-sosial-gpgJ>, diakses tanggal 16 November 2022.
- Bakti, I. S.; Anismar, dan Amin, K. 2022. “Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen”, *Jurnal Sosiologi USK*. 14(1):81-98, <https://jurnal.unsyiah.ac.id/JSU/article/view/18109/pdf>, diakses tanggal 8 November 2022.
- Bella, A. 2022. *10 Fakta tentang Hormon Dopamin*, <https://www.alodokter.com/10-fakta-tentang-hormon-dopamin>, diakses tanggal 20 November 2022.

- Budiartini, N. P. A., “Puspawati, dan S., Suryosumunar, J. A. Z. 2022. Perspektif Etika Hindu Terhadap Perilaku Flexing Pada Pengguna Instagram”, *SANJIWANI: Jurnal Filsafat*. 13(2):217-227, <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/sanjiwani/article/view/1744>, diakses tanggal 8 November 2022.
- CNN Indonesia. 2022. *Melihat Perilaku Flexing alias Pamer, secara Psikologis*, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220124143117-277-750501/melihat-perilaku-flexing-alias-pamer-secara-psikologis>, diakses tanggal 9 Desember 2022.
- Darmalaksana, W. 2022. “Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial”, *Gunung Djati Conference Series*. 8: 412-427, <https://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/586>, diakses tanggal 8 November 2022.
- Defianti, I. 2022. *Flexing Berbahaya untuk Pelaku dan Penontonnya*, <https://www.liputan6.com/news/read/4927630/flexing-berbahaya-untuk-pelaku-dan-penontonnya>, diakses tanggal 20 November 2022.
- Defianti, I. 2022. *Journal: Fenomena Flexing, Pamer Harta demi Eksistensi*, <https://www.liputan6.com/news/read/4928859/journal-fenomena-flexing-pamer-harta-demi-eksistensi>, diakses tanggal 16 November 2022.
- Dewi, C. G. dan Ibrahim Y. 2019. “Hubungan *Self-Esteem* (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial Instagram pada Siswa SMA”, *Jurnal Neo Konseling*. 1(2): 1-7, <http://neo.ppj.unp.ac.id/index.php/neo/article/download/99/44>, diakses tanggal 28 November 2022.
- Dzulfaroh, A. N. 2022. *Flexing adalah Sikap Pamer dan Bisa Jadi Hanya Strategi Marketing*, <https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/15/203000865/flexing-adalah-sikap-pamer-dan-bisa-jadi-hanya-strategi-marketing?page=all>, diakses pada tanggal 16 November 2022.
- Hafidz, J. 2022. “Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana”, *Jurnal Cakrawala Informasi*. 2(1):10-28, <https://itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/jci/article/view/158/167>, diakses tanggal 8 November 2022.
- Harianti, L. 2019. *Personal branding Pejabat Publik di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal branding Harnojoyo Melalui Akun Instagram Pribadi @harnojoyo)*. Skripsi. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, <http://eprints.radenfatah.ac.id/4134/>, diakses tanggal 20 November 2022.
- Heriyani, W. 2022. *Deretan Artis Indonesia yang Sering Pamer Kekayaan di Instagram, Nomor 4 Jadi Korban Penipuan*, <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/deretan-artis-indonesia-yang-sering-pamer-kekayaan-di-instagram-nomor-4-jadi-korban-penipuan>, diakses tanggal 7 Juni 2023.

- Jonesy. 2021. *Boleh Saja Flexing di Medsos, Asalkan*, <https://magdalene.co/story/apa-itu-flexing>, diakses pada tanggal 16 November 2022.
- Khayati, N, dkk. 2022. “Fenomena Flexing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural”, *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*. 9(2):113-121, <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/32543>, diakses tanggal 8 November 2022.
- Labib, A. 2022. “*Tahaddutsbial-ni'mah* Perspektif Quraish Shihab dalam Tafsir *al-Misbah* dan Relevansinya Terhadap Pelaku Flexing”, *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-IlmuUshuluddin*. 10(1):153-171, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/kon/article/view/6536>, diakses tanggal 8 November 2022.
- Mahmudan, A. 2022. Survei: Kian Muda Generasi, Penetrasi Internet Makin Tinggi, <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi>, diakses tanggal 14 Juni 2023.
- Nuryanto, H. 2022. *Flexing: Pengertian, Penyebab, Akibat, dan Cara Menghindarinya*, <https://www.gramedia.com/best-seller/flexing-adalah/>, diakses tanggal 16 November 2022.
- Putri, A. W. 2018. *Penggunaan Instagram Stories Sebagai Personal branding: Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2014*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, <https://eprints.umm.ac.id/43019/5/BAB%204.pdf>, diakses tanggal 8 November 2022.
- Riyanto, A. D. 2022. *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, diakses tanggal 28 November 2022.
- Wikipedia. 2022. *Instagram*, <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses tanggal 28 November 2022.
- Wijaya, A. R. 2022. “Media Sosial, Flexing dan Qarun”, *Sains dan Kesehatan dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, <https://science.uii.ac.id/wp-content/uploads/Sains-dan-Kesehatan-dalam-Perspektif-Islam-2.pdf>, diakses tanggal 8 November 2022.