

***Flexing* sebagai Strategi Representasi Diri di Media Sosial: Studi Fenomenologis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh**

Syarifah Chairunnisak^{1*}, Sayed Ludhfi², Depita Kardiati³, Fitria Akmal⁴, Yuli Santri Isma⁵, Jamiati KN⁶, Sarrah Kurnia Fadhillah⁷
¹⁻⁷ Universitas Malikussaleh, Indonesia

Alamat: Jl. Kampus Unimal Bukit Indah, Blang Pulo, Kec. Muara Satu, Kota Lhokseumawe, Aceh, 24355.

Korespondensi penulis: syarifahchairunnisak@unimal.ac.id*

Abstract. *The phenomenon of flexing on social media is increasingly developing as a form of self-image, especially among students. Flexing is a behavior that displays certain achievements, wealth, or lifestyles with the aim of gaining social validation. This study aims to explore the subjective meaning of the flexing phenomenon on social media and its impact on the digital identity and social relations of Communication Science students at Malikussaleh University. Using a qualitative approach and phenomenological method, this study serves the experiences and meanings of students purposively from Communication Science students of the 2022 intake who actively use social media. The data collection technique was carried out through in-depth interviews, which were then analyzed thematically. The results of the study showed that students interpreted flexing as part of personal branding but also as a form of social pressure. Flexing can increase self-confidence and motivation, but also cause anxiety and feelings of insecurity due to social comparison. In the context of social interaction, flexing has ambivalent impacts, such as expanding social networks but can also create social distance. This study emphasizes the importance of digital literacy and reflective awareness in using social media in a healthy way.*

Keywords: *Flexing, Digital Identity, Social Media, Phenomenology.*

Abstrak. Fenomena *flexing* di media sosial semakin berkembang sebagai bentuk pencitraan diri, terutama di kalangan mahasiswa. *Flexing* merupakan perilaku menampilkan pencapaian, kekayaan, atau gaya hidup tertentu dengan tujuan memperoleh validasi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna subjektif dari fenomena *flexing* di media sosial serta dampaknya terhadap identitas digital dan relasi sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi, penelitian ini ingin mengetahui pengalaman dan pemaknaan mahasiswa secara purposive dari kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 yang aktif menggunakan media sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, yang kemudian dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai *flexing* sebagai bagian dari personal branding namun juga sebagai bentuk tekanan sosial. *Flexing* dapat meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi, namun juga menimbulkan kecemasan dan perasaan tidak aman akibat perbandingan sosial. Dalam konteks interaksi sosial, *flexing* memiliki dampak ambivalen, seperti memperluas jejaring sosial namun juga dapat menciptakan jarak sosial. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital dan kesadaran reflektif dalam menggunakan media sosial secara sehat.

Kata Kunci: Flexing, Identitas Digital, Media Sosial, Fenomenologi.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang berkembang sangat pesat dimasyarakat saai ini adalah teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi di era digitalisasi menjadikan masyarakat lebih mementingkan dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata. Dunia maya biasa diartikan sebagai kehidupan di media sosial melalui platform-platform seperti, Instagram, TikTok, Youtube dan sebagainya.

Media sosial merupakan salah satu bukti bahwasanya teknologi sudah semakin maju dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan yang amat pesat ini menimbulkan berbagai macam respon dan tanggapan dari banyak kalangan salah satunya ialah kepopuleritasan. Popularitas biasa diartikan sebagai terkenal atau tenar. Banyak pengguna media sosial yang menjadikan popularitas sebagai gaya hidup. Pengguna menghalalkan berbagai macam cara agar menjadi terkenal. Namun, dibalik kebebasan berekspresi ini, muncul fenomena pamer yang semakin mencolok. Berbagai unggahan yang menampilkan kemewahan, prestasi, hingga gaya hidup hedonis semakin sering menghiasi linimasa dan menciptakan realitas yang terkadang jauh dari kehidupan sebenarnya.

Pamer di media sosial bukan sekedar berbagi kebahagiaan, tetapi sering kali bertransformasi menjadi ajang untuk mendapatkan pengakuan atau validitas dari orang lain. Tidak sedikit yang merasa harus menampilkan versi terbaik dari dirinya agar terlihat sukses dan menarik di mata orang lain. Fenomena ini memunculkan apakah pamer di media sosial merupakan bentuk dari eksistensi atau justru menjadi tekanan sosial bagi banyak orang.

Fenomena pamer di media sosial tidak hanya berdampak pada individu yang melakukannya, tetapi juga pada para pengikut atau teman-temannya. Ketika seseorang terus-menerus melihat unggahan tentang kemewahan dan kesuksesan orang lain, maka ia bisa merasa tertinggal dan tidak cukup baik. Perasaan ini dikenal dengan istilah “*social comparison*” atau perbandingan sosial yang dapat memicu stres, kecemasan bahkan sampai depresi. (Chairunnisak, 2025).

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi mahasiswa. Salah satu fenomena yang muncul adalah *flexing*, yakni perilaku menampilkan pencapaian, kekayaan, atau gaya hidup di media sosial dengan tujuan mendapatkan pengakuan sosial. Dalam beberapa tahun terakhir ini, fenomena *flexing* semakin populer di kalangan anak muda, termasuk mahasiswa. Mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperlihatkan status sosial, kekayaan, gaya hidup atau prestasi mereka dalam berbagai bidang.

Flexing adalah kecenderungan atau perilaku seseorang yang bertujuan untuk memamerkan kepemilikan mereka dengan harapan mendapatkan pujian atau pengakuan dari orang lain di platform media sosial. Umumnya, motivasi utama dibalik perilaku *flexing* ini adalah untuk menarik perhatian atau meraih pengakuan dari orang lain. Tidak dapat dipungkiri sulit sekali untuk menahan diri dari *flexing* di media sosial, terutama ketika kita memiliki sesuatu yang ingin ditampilkan. Praktik *flexing* membentuk kebiasaan bagi kita untuk terlihat

mapan secara financial, populer, dan memiliki penampilan fisik yang menarik, meskipun hal ini sebenarnya hanya terjadi dalam dunia maya di media sosial (Defianti, 2022).

Dampak signifikan dari fenomena *flexing* adalah terjadinya perbandingan sosial yang tidak sehat. Mahasiswa sering kali melakukan perbandingan diri dengan orang lain berdasarkan konten yang mereka lihat di media sosial, tanpa menyadari bahwa apa yang diposting hanya mencerminkan sebagian kecil dari kehidupan sebenarnya. Perbandingan sosial yang berlebihan ini dapat menghasilkan perasaan tidak memadai dan menurunkan tingkat kepercayaan diri mahasiswa (Kurnawati, Nur syifa, 2023).

Penelitian ini berfokus pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022, yang memiliki pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi dan pencitraan, apakah *flexing* dapat memberikan dampak positif seperti motivasi bagi orang lain dan meningkatkan rasa percaya diri atau dampak negatif yang menimbulkan tekanan sosial, perbandingan sosial dan distorsi identitas diri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *flexing* di media sosial dapat mempengaruhi identitas serta interaksi sosial mereka.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Flexing

Flexing dalam bahasa gaul berarti tindakan memamerkan sesuatu di media sosial, seperti kekayaan, barang koleksi, atau penampilan dengan tujuan mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain. Flexing sering dikaitkan dengan kata “pamer” dan bisa memiliki dampak negatif pada diri sendiri dan orang lain. Atau dengan kata lain, flexing adalah suatu perilaku memperlihatkan sesuatu yang dipunyai akan tetapi melalui cara yang tidak mengasyikkan. Sederhananya flexing merupakan suatu perilaku yang dilakukan seseorang dengan cara memamerkannya di dunia nyata maupun di sosial media.

Tidak bisa dipungkiri bahwasanya perilaku flexing sangat sulit untuk tidak dilakukan dan saat ini menjadi fenomena yang kerap sekali dijalani oleh para pemuda untuk mendapatkan perhatian dan menjadi terkenal. Jadi, secara garis besar flexing adalah perilaku yang berlebihan dan berpenampilan untuk diperlihatkan kepada orang lain demi mendapatkan pengakuan (Nurdiansyah: 2023). Perilaku flexing yang biasa dilakukan adalah menggugah pencapaian yang telah diraih, kekayaan yang dimiliki, berpergian ke tempat yang mewah dan menarik, sebagai citra bahwasanya memiliki status sosial yang tinggi (*high class*).

Representasi Diri di Media Sosial

Representasi diri adalah salah satu konsep sentral dalam kajian komunikasi interpersonal dan komunikasi digital. Dalam konteks media sosial, representasi diri merujuk pada cara individu Menyusun dan menyajikan identitas dirinya kepada publik melalui berbagai format konten digital seperti foto, video, caption, hingga interaksi langsung secara online. Menurut Erving Goffman (1959) dalam teori dramaturginya, kehidupan sosial dapat dianalogikan sebagai sebuah panggung pertunjukkan, di mana individu bertindak sebagai actor yang menampilkan versi terbaiknya di hadapan audiens. Media sosial memperkuat metafora ini dengan menyediakan panggung digital yang memungkinkan pengguna untuk selektif memilih aspek diri yang ingin ditampilkan, dengan narasi, dan menyaring persepsi dari publik. Dalam hal ini, flexing menjadi salah satu bentuk representasi diri yang dilakukan melalui teknologi, Dimana penggunaannya menampilkan kesuksesan atau atribut sosial tertentu untuk menciptakan kesan yang diinginkan.

Strategi Personal Branding

Personal branding adalah proses di mana individu mempromosikan dirinya sendiri sebagai merek untuk membangun citra tertentu di mata audiens. Menurut Montoya dan Vandehey (2002), personal branding mencakup usaha sadar dan sistematis untuk menampilkan kekuatan, nilai, serta keunikan diri secara konsisten. Di era digital, mahasiswa sebagai digital masih memiliki peluang besar untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform personal branding. Dalam konteks ini, flexing digunakan sebagai strategi komunikasi visual dan simbolik untuk memperlihatkan pencapaian akademik, gaya hidup, keterampilan, atau jejaring sosial yang dianggap bernilai secara sosial. Dengan menampilkan konten-konten yang menonjolkan keunggulan diri, mahasiswa tidak hanya membangun reputasi personal tetapi juga membuka akses terhadap berbagai peluang seperti pekerjaan, beasiswa, kolaborasi, dan pengakuan sosial di lingkungan akademik maupun profesional.

Media Sosial

Media sosial merupakan sarana validasi sosial yang menjadi kebutuhan psikologis dasar manusia untuk merasa diterima dan diakui oleh lingkungan sosialnya. Dalam konteks media sosial, validasi ini hadir dalam bentuk metrik digital seperti jumlah likes, komentar, views, dan followers. Leary dan Baumeister (2000) mengemukakan bahwa manusia memiliki kebutuhan fundamental untuk membentuk dan mempertahankan citra diri yang positif di hadapan orang lain, dan media sosial menjadi medium yang sangat efektif untuk tujuan

tersebut. Flexing, dalam kerangka ini, menjadi praktik yang memungkinkan pengguna mendapatkan validasi eksternal dengan menunjukkan hal-hal yang diasosiasikan dengan keberhasilan atau status sosial tinggi. Namun, ketergantungan terhadap validasi digital juga dapat menimbulkan tekanan psikologis, rasa cemas, dan perasaan tidak cukup jika tidak memperoleh respons sesuai harapan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Tujuannya adalah untuk memahami makna mendalam dari pengalaman subjektif mahasiswa dalam mempraktikkan atau terpapar fenomena flexing di media sosial. Informan dalam penelitian ini adalah beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh yang aktif menggunakan media sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara semi-terstruktur. Proses wawancara berlangsung selama 45-60 menit, di dokumentasi dan ditranskripkan. Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, dimana dimulai dari pembacaan transkrip pertanyaan-pertanyaan secara menyeluruh, penandaan kode, hingga pengelompokkan dalam tema utama yang mempresentasikan pengalaman dan makna yang muncul.

4. HASIL PENELITIAN

Flexing sebagai Representasi Identitas Digital

Mahasiswa memaknai flexing di media sosial sebagai bagian dari strategi untuk membangun citra diri (*self image*) secara positif di ruang digital. Flexing dipahami bukan hanya sebagai bentuk pamer, melainkan sebagai Upaya sadar untuk memperkuat persepsi positif mengenai diri sendiri dan orang lain. Mahasiswa menyadari bahwa media sosial, khususnya platform seperti Instagram dan TikTok adalah ruang kurasi identitas yang memungkinkan mereka untuk menampilkan versi ideal dari diri mereka. Misalnya pencapaian akademik, gaya hidup dan estetika visual.

Dalam pandangan mahasiswa, flexing menjadi alat legitimasi sosial. Dimana, pencapaian gaya hidup mereka tervalidasi melalui matriks digital, seperti jumlah likes, komentar positif dan jumlah pengikut. Bagi sebagian informan, flexing memberikan rasa kepuasan psikologis dan menjadi bentuk penguatan identitas, seolah-olah keberhasilan yang diunggah di media sosial merepresentasikan pencapaian aktual di kehidupan nyata.

Namun, mahasiswa juga mengakui adanya perbedaan antara representasi diri yang dibangun antara representasi diri yang dibangun di media sosial dan realitas personal yang

mereka alami sehari-hari. Sebagian besar konten flexing merupakan pilihan naratif yang disengaja, di mana aspek-aspek negatif, kegagalan, atau pengalaman biasa yang cenderung disembunyikan untuk mempertahankan konsistensi citra diri yang diinginkan. Selain itu, mahasiswa mengaitkan aktivitas flexing dengan kebutuhan mereka untuk meningkatkan personal branding dalam upaya membangun karir di masa depan, memperluas jaringan sosial dan mengikuti norma budaya media sosial, dimana berbagi pencapaian dianggap sebagai hal lumrah bahkan dianjurkan.

Ambivalensi Flexing dalam Penguatan Identitas

Fenomena flexing di media sosial memiliki efek yang ambivalen terhadap pembentukan identitas diri mahasiswa Ilmu Komunikasi yang berfungsi sebagai alat yang menguatkan identitas seseorang. Bagi sebagian besar informan, aktivitas flexing memberikan dampak positif terhadap harga diri mereka, melalui proses berbagai pencapaian, prestasi akademik, pengalaman pribadi, atau gaya hidup yang dianggap menarik. Mahasiswa memperoleh validasi sosial berupa likes, komentar pujian, serta peningkatan jumlah pengikut di media sosial.

Validasi ini menghasilkan perasaan percaya diri, motivasi, dan penguatan konsep diri. Flexing juga sering dianggap sebagai alat pencapaian sosial yang mempercepat penerimaan dalam lingkungan sosial tertentu, seperti komunitas akademik, jaringan profesional, atau kelompok pertemanan. Flexing digunakan mahasiswa sebagai bentuk pencitraan strategis yang dapat membangun identitas yang sesuai dengan harapan sosial. Dalam banyak kasus, flexing menjadi dorongan bagi mahasiswa untuk terus berprestasi agar identitas ideal yang mereka tampilkan tidak hanya bertahan di dunia maya, tetapi juga tercermin dalam realitas yang dapat memotivasi mereka untuk meningkatkan kualitas diri.

Flexing dan Dinamika Relasi Sosial

Fenomena flexing di media sosial tidak hanya berimplikasi pada konstruksi identitas individu, tetapi juga berdampak secara signifikan terhadap dinamika relasi sosial mahasiswa. Berdasarkan temuan penelitian, flexing berkontribusi pada pembentukan pola hubungan sosial yang bersifat ambivalen, yaitu memperluas sekaligus menciptakan jarak dalam jaringan sosial mahasiswa.

Di satu sisi, beberapa informan menyatakan bahwa praktik flexing membuka peluang untuk memperluas jejaring sosial. Postingan tentang pencapaian akademik, keterlibatan dalam proyek atau event penting, serta gaya hidup yang aspiratif, dianggap sebagai bentuk *self-promotion* yang sah dalam budaya digital. Flexing meningkatkan eksposur diri di hadapan

khalayak luas, menarik perhatian kolega, komunitas profesional, bahkan perekrut kerja potensial. Dengan kata lain, flexing dapat berfungsi sebagai modal sosial dalam dunia maya yang berorientasi pada reputasi.

Mahasiswa yang mampu mengemas citra diri secara menarik melalui flexing sering kali mendapatkan pengakuan dari sesama pengguna media sosial. Pengakuan ini memperkuat posisi sosial mereka dalam komunitas daring dan meningkatkan koneksi interpersonal. Bahkan, beberapa informan mengaku mendapatkan peluang kolaborasi akademik, ajakan mengikuti organisasi, atau undangan ke acara bergengsi karena visibilitas yang mereka bangun melalui media sosial.

Namun demikian, dampak negatif dari flexing terhadap relasi sosial juga tidak dapat diabaikan. Sejumlah informan mengungkapkan bahwa flexing dapat menciptakan jarak emosional dengan orang-orang di sekitar mereka. Kesan berlebihan dalam menampilkan pencapaian atau gaya hidup sering kali ditanggapi secara negatif, memunculkan persepsi arogansi, pamer, atau bahkan tidak autentik di mata teman sebaya. Akibatnya, beberapa mahasiswa mengalami pengasingan sosial secara halus, seperti dikucilkan dari kelompok tertentu atau dihindari dalam interaksi langsung. Flexing juga memicu perbandingan sosial yang intensif di antara mahasiswa. Saat seseorang melihat teman sebaya mereka memamerkan kesuksesan atau kemewahan di media sosial, tidak jarang muncul perasaan iri, tidak aman, atau rendah diri.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa fenomena flexing di media sosial merupakan strategi komunikasi digital yang digunakan mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk membangun dan memperkuat citra diri di ruang publik daring. Flexing menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menampilkan pencapaian, gaya hidup, serta nilai-nilai personal yang mereka anggap positif dan layak untuk divalidasi oleh audiens digital.

Melalui aktivitas flexing, mahasiswa mampu meningkatkan kepercayaan diri, memperkuat motivasi personal, serta memperluas jaringan sosial yang mendukung aspirasi akademik maupun profesional mereka. Validasi sosial yang diperoleh dari likes, komentar, dan peningkatan followers memberi kontribusi terhadap konstruksi identitas digital yang lebih kokoh dan konsisten.

Namun demikian, flexing juga membawa risiko terhadap kualitas relasi sosial. Representasi diri yang berlebihan dapat memicu persepsi negatif seperti kesombongan atau ketidakautentikan, serta memunculkan dinamika perbandingan sosial yang tidak sehat di antara

rekan sebaya. Flexing mendorong mahasiswa untuk lebih sadar akan pentingnya menjaga keseimbangan antara membangun citra diri di media sosial dengan mempertahankan hubungan sosial yang otentik, setara, dan suportif.

Dalam konteks ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi menunjukkan tingkat reflektivitas yang cukup tinggi terhadap fenomena flexing. Mereka memahami bahwa media sosial adalah ruang simbolik di mana identitas tidak hanya dinyatakan tetapi juga dikonstruksi melalui pilihan-pilihan representasi yang sadar. Pemahaman ini merupakan modal penting untuk mengelola eksistensi digital dengan lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

Secara umum, penelitian ini memperlihatkan bahwa flexing bukan semata-mata ekspresi narsistik atau pencitraan kosong, melainkan bagian dari proses negosiasi identitas di era budaya digital. Oleh karena itu, penting untuk menumbuhkan kesadaran kritis tentang bagaimana media sosial digunakan sebagai alat untuk membentuk persepsi diri dan membangun interaksi sosial.

Sebagai implikasi praktis, disarankan agar perguruan tinggi, terutama program studi Ilmu Komunikasi, mengembangkan program literasi media digital yang mengajarkan mahasiswa tentang etika representasi diri, strategi komunikasi berbasis nilai, serta pentingnya keaslian dalam membangun relasi sosial di era digital. Modul pembelajaran yang mengintegrasikan teori komunikasi digital, psikologi media, dan etika sosial perlu diperkenalkan secara sistematis. Selain itu, penelitian lanjutan dapat diarahkan untuk mengkaji dimensi visual flexing (seperti penggunaan estetika, simbol, dan narasi visual) serta menghubungkan intensitas flexing dengan variabel lain seperti kepuasan hidup, kecemasan sosial, atau keterlibatan akademik mahasiswa.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Chairunnisak, S. (2025, Maret 22). Fenomena flexing: Antara eksistensi dan tekanan sosial. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com>
- Defianti, R. (2022). Pengaruh flexing di media sosial terhadap citra diri dan tekanan sosial mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 112–126.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Kurnawati, N. S. (2023). Dampak media sosial terhadap perbandingan sosial mahasiswa: Studi kasus pada fenomena flexing. *Jurnal Psikologi Sosial*, 15(1), 45–56.

- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 32, pp. 1–62). Academic Press.
- Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to visual culture*. London: Routledge.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. New York: McGraw-Hill.
- Rahmawati, A., & Suryadi, T. (2021). Self-branding di era digital: Studi tentang flexing sebagai strategi komunikasi di media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(3), 210–225.
- Rani, P. S. (2024). Fenomena flexing di kalangan mahasiswa (Skripsi, Universitas Andalas).
- Santoso, B. (2020). Peran media sosial dalam membentuk identitas dan citra diri generasi milenial. *Jurnal Media dan Budaya*, 7(2), 87–102.
- Setiawan, H. (2022). *Flexing di media sosial: Motivasi, dampak, dan strategi personal branding*. Jakarta: Pustaka Digital.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.