



ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FLEXING IN SOCIAL MEDIA ON COMMUNITY LIFE

Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat

Roida Pakpahan¹, Donny Yoesgiantoro²

Program Studi Sistem Informasi¹
Program Studi Ketahanan Energi²
Fakultas Teknologi Informasi¹
Fakultas Manajemen Pertahanan²,
Universitas Bina Sarana Informatika¹
Universitas Pertahanan²

roida.rkh@bsi.ac.id
energyprogram@gmail.com

Received: April 18, 2023. **Revised:** May 25, 2023. **Accepted:** June 7, 2023 **Issue Period:** Vol.7 No.1 (2023), Pages 173-178

Abstrak: Flexing atau pamer menjadi kebiasaan baru yang digandringi masyarakat masa kini. Faktor teknologi turut mempengaruhi perilaku flexing. We Are Sosial 2023 menyebutkan 167 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Umumnya flexing dilakukan untuk melegitimasi status sosial melalui berbagai unggahan ditiktok, instagram, facebook, youtube dan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh flexing dimedia sosial terhadap kehidupan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan konten kemewahan menjadi favorit para netizen. Walau sesungguhnya kemewahan yang ditampilkan belum tentu kebenarannya. Flexing memberikan pengaruh positif karena flexing dapat digunakan untuk employee branding melalui linkedln. Flexing marketing untuk meraih kesuksesan popularitas, bisnis dan endorse. Namun secara keseluruhan flexing lebih banyak memberikan pengaruh negatif. Flexing menimbulkan perilaku konsumtif dan hedonisme. Penggunaan barang tak lagi dimaknai sebagai pemenuhan kebutuhan, tapi lebih kepada merk atau simbol untuk menunjukkan gaya hidup dan status sosial. Adakalanya flexing digunakan sebagai metode penipuan. POLRI dan Lembaga terkait diharapkan lebih informatif, giat melakukan monitoring dan mengcounter konten flexing yang berpotensi merugikan masyarakat. Dibutuhkan kecerdasan dalam mengelola informasi, di era keterbukaan informasi, masyarakat harus lebih cakap bermedia sosial, melakukan filter konten flexing agar tidak terjebak dalam FOMO. Sejatinya flexing hak setiap individu namun sebaiknya hal tersebut tidak mereduksi nilai-nilai kehidupan. Minimalisasi perilaku flexing dengan mengedepankan prestasi.

Kata kunci: Flexing, FOMO, Keterbukaan Informasi



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *Flexing or showing off is a new habit that society loves today. Technological factors also influence flexing behavior. We Are Social 2023 states that 167 million Indonesians are active in using social media. In general, flexing is done to legitimize social status through various uploads on TikTok, Instagram Facebook, YouTube and others. This study aims to analyze of the influence of flexing in social media on community life. The results of the study show that luxury content is a favorite of netizens. Even though the luxury that is displayed is not necessarily true. Flexing has a positive influence because flexing can be used for employee branding through linkedIn. Flexing marketing to achieve success in popularity, business and endorsement. However, overall flexing has a more negative influence . Flexing creates consumptive behavior and hedonism. The use of goods is no longer interpreted as fulfilling needs, but rather as a brand or symbol to indicate lifestyle and social status. Sometimes flexing is used as a method of deception. POLRI and related institutions are expected to be more informative, actively monitoring and countering flexing content that has the potential to harm the public. Intelligence is needed in managing information, in the era of information openness, people must be more proficient in social media, filter flexing content so they don't get trapped in FOMO. Actually, flexing is the right of each individual, but it should not reduce the values of life. Minimize flexing behavior by prioritizing achievement.*

Keyword: *Flexing, FOMO, Disclosure Of Information*

I. PENDAHULUAN

Flexing atau pamer menjadi aktivitas yang disukai masyarakat saat ini. Perilaku flexing menjadi menarik untuk diteliti, terlebih flexing telah dilakukan berbagai kalangan dari masyarakat biasa, selebriti hingga pejabat publik berlomba-lomba melakukan flexing secara masif dengan memamerkan harta, saldo rekening, jet pribadi, mobil, barang branded; tas, pakaian dan outfit lainnya serta liburan mewah keluar negeri yang menimbulkan berbagai kontroversi.

Flexing menjadi kebiasaan baru dalam mempertontonkan kemewahan dan gaya hidup melalui unggahan foto, video di media sosial; instagram, tiktok, facebook, youtube dan yang lainnya. Flexing semakin fenomenal dengan adanya persepsi bahwa kekayaan dan gaya hidup hedonis mampu meningkatkan status sosial, kehormatan dan prestise di masyarakat.

Perkembangan teknologi digital turut mempengaruhi perilaku flexing di Indonesia. We Are Social dan Meltwater dalam laporannya menyatakan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2023 mencapai 212.9 juta orang dan 167 juta orang atau 60.4 persen dari total pengguna internet memiliki akun media sosial, (tekno.kompas.com). [1]. Media sosial sebagai ruang digital menjadi media yang paling efektif untuk melakukan flexing.

Umumnya masyarakat melakukan flexing untuk melegitimasi status sosialnya. Pelaku flexing melakukan berbagai cara untuk memenuhi citra diri dan tuntutan gaya hidup terkini. Secara psikologi dikatakan perilaku flexing dilakukan karena adanya kebutuhan akan pujian atau pengakuan sebagai bentuk validasi atas dirinya. Kebutuhan yang tinggi akan eksistensi diri menjadi salah satu penyebab perilaku flexing. Ekspektasi yang tidak sesuai dengan realita, pengaruh lingkungan, ketakutan akan penolakan dan faktor kepribadian menjadi penyebab timbulnya perilaku flexing, Indah (2022) [2].

Flexing sebagai alat marketing, bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Kasali (2022) [3] mengatakan flexing menjadi gaya hidup dan strategi marketing yang dilakukan untuk meraih kesuksesan, melakukan flexing untuk popularitas untuk mencapai tujuan tertentu. Flexing dijadikan sebagai tolok ukur gaya hidup yang ditiru oleh berbagai kalangan dan menggunakan flexing untuk mendapat endorsement atau keuntungan lainnya.

Flexing menimbulkan pengaruh negatif; perilaku konsumtif dan hedonisme. Kebutuhan dalam membuat konten flexing membuat para pelaku flexing menjadi konsumtif dan bergaya hidup hedon. Kebiasaan seseorang dalam melakukan flexing akan terobsesi untuk melakukannya secara berulang tanpa memikirkan apakah hal tersebut berdampak pada keuangannya atau tidak, barang branded yang selalu baru membuat perilaku konsumtif semakin tinggi dan pelaku flexing yang sudah dikenal followernya harus konsisten dalam memamerkan kekayaannya, Musman (2020). [4].

Mefita & Yualinto (2018) [5] dalam penelitiannya menyatakan flexing yang dilakukan selebgram sangat beragam baik hal positif maupun negatif, tetapi secara garis besar flexing lebih cenderung bernilai negatif,



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

flexing hanya sebatas pamer harta. Para pelaku flexing tak lagi mengejar nilai fungsi tetapi untuk gengsi dan citra sosial. Gaya hidup tak lagi dimaknai sebagai pemenuhan kebutuhan hidup, penggunaan merk atau simbol dianggap seolah untuk menunjukkan status sosial. Subagya, (2010) [6] mengatakan perilaku konsumtif digunakan sebagai pembentukan gaya, personalitas, dan status sosial. Akibat flexing, hedonisme dianggap menjadi sesuatu hal yang lumrah untuk dipamerkan secara langsung maupun melalui media sosial (Rahadi, 2017). [7].

Disisi lain perilaku flexing yang acap kali memamerkan segala harta, kemewahan dan status sosial yang dilakukan para kalangan pejabat menimbulkan masalah tersendiri. Flexing yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pengakuan namun dilain sisi flexing yang dilakukan para pejabat maupun keluarganya justru menjadi boomerang dikalangan publik terlebih saat ini, di era keterbukaan informasi masyarakat bisa mengakses data dan informasi dengan mudah. Flexing yang dilakukan para pejabat beserta keluarganya justru memberi ruang bagi masyarakat untuk mengetahui dan memvalidasi kehidupan pada pejabat. Flexing yang dilakukan dimedia sosial menjadi pintu bagi KPK untuk menelusuri keberadaan harta para pejabat, salah satunya gaya hidup Kepala Bea Cukai, Makassar Sulawesi Selatan, Andi Paromono yang ditetapkan KPK sebagai tersangka korupsi yang gemar melakukan flexing dimedia sosial hal yang sama juga dilakukan keluarga Rafael Alun Trisamboso dan beberapa pejabat lainnya, 2023 (ekonomi.bisnis.com) [8], (www.kompas.tv) [9], [10]. Gaya hidup mewah para pejabat menjadi sorotan masyarakat yang menyebabkan timbulnya ketidakpercayaan publik terhadap pemerintah, Utomo (2023) [11]. Flexing yang dilakukan para pejabat yang hobby menggunakan barang-barang mewah dianggap tidak memiliki rasa sensitivitas, terlebih saat ini sebagian masyarakat masih kesulitan secara ekonomi pasca pandemi Covid-19.

Flexing berpotensi untuk mengubah standar nilai kehidupan masyarakat kearah yang negatif. Idealnya masyarakat berlomba-lomba untuk meraih prestasi namun yang terjadi hari-hari ini masyarakat justru gemar memamerkan harta dan kemewahan, meskipun konten flexing yang dibagikan belum tentu benar atas kepemilikannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh flexing dimedia sosial terhadap kehidupan masyarakat, melalui penelitian ini diharapkan masyarakat dapat memahami berbagai pengaruh dari perilaku flexing dimedia sosial.

II. LANDASAN TEORI

A. Flexing

Menurut Cambridge Dictionary (2013) [12] flexing adalah perilaku memamerkan kekayaan dan kemewahan untuk memperoleh perhatian.

Selanjutnya dikatakan flexing merupakan tindakan yang dilakukan seseorang dalam memamerkan sesuatu yang dimiliki atau hal yang diraih, Merriam Webster dalam Windyaningrum (2022). [13].

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah platform media digital yang dapat menghubungkan berbagai individu dan dapat melakukan interaksi, produksi dan saling berbagi pesan, Lewis dalam Cahyono (2016). [14].

Selanjutnya menurut Kaplan dan Haenlein, (2010) [15] media sosial merupakan sebuah aplikasi berbasis internet dengan menggunakan ideologi dan tekonologi web 2.0 yang dapat menghubungkan pengguna jaringan sosial dan dapat melakukan pertukaran user-generated content.

2. Jenis-jenis Media Sosial

Secara garis besar media sosial dibagi menjadi beberapa jenis, (www.gramedia.com) [16]; Nasrullah (2015) [17] yaitu;

1) Sosial Networking (Media jejaring sosial)

Merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk menjalin hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Media jejaring sosial membantu individu tetap terhubung secara online, diantaranya; Facebook, Twitter dan LinkedIn.

2) Media Sharing Networks

Merupakan media berbagi yang memfasilitasi penggunaanya melakukan sharing, file, video, gambar, audio dan lainnya, diantaranya; Instagram, YouTube, Snapchat dan TikTok.

3) Discussion Network

Merupakan media yang digunakan sebagai tempat ruang diskusi untuk membahas berbagai hal atau topik secara spesifik bersama pengguna lain. Contoh; Kaskus, Quora



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- 4) Sosial Blogging Network
Merupakan media sosial yang berfungsi untuk membagikan catatan atau pandangan penggunanya mengenai banyak hal, media ini dapat digunakan sebagai jurnal pribadi. Contoh; WordPress, Blogger.
- 5) Sosial Audio Networks
Merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membagikan konten berupa audio atau suara. Contoh; Podcast

C. FOMO

Menurut Przybylski (2013) [18] FOMO atau Fear Of Missing Out merupakan perasaan takut, khawatir dan cemas yang dimiliki seseorang saat tidak dapat mengikuti suatu kejadian, pengalaman, percakapan, maupun trend yang sedang terjadi.

FOMO adalah ketakutan yang akan dialami oleh seseorang apabila orang lain mengikuti suatu kejadian yang dianggap menyenangkan, tetapi orang tersebut tidak dapat merasakan kejadian yang sama, JWT Intelligence (2011). [19].

III. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian dalam penelitian adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan sebagai metode penelitian dalam sebuah penelitian ilmiah untuk meneliti sebuah masalah yang kemudian dijabarkan dalam sebuah analisis hingga memperoleh suatu kesimpulan.

IV. PEMBAHASAN

Flexing atau pamer seolah menjadi kebiasaan baru yang dianggap lumrah pada saat ini. Perilaku memamerkan segala hal menjadi aktivitas yang digemari masyarakat. Flexing dilakukan untuk menunjukkan status sosial, untuk memamerkan kemampuan serta menciptakan kesan bagi orang lain, Darmalaksana (2022). [20].

Faktor teknologi turut mempengaruhi perilaku flexing. Media sosial sebagai ruang digital menjadi media yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dalam melakukan flexing, hal ini terlihat dari tingginya pengguna media sosial di Indonesia. Data periode tahun 2023 menunjukkan 167 juta orang penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, mulai TikTok, Instagram, Facebook, Messenger, YouTube, Twitter, LinkedIn, dan sejenisnya. Dan rata-rata dalam 3 jam 18 menit perhari, menggunakan aplikasi media sosial, We Are Sosial (2023). [1].

Flexing dimedia sosial bertujuan untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dari netizen serta menunjukkan posisi sosial. Pelaku flexing biasanya melakukan unggahan barang-barang branded, mobil, rumah, jet pribadi hingga liburan di atas kapal pesiar maupun liburan mewah keluar negeri. Dalam psikologi dikatakan, flexing atau pamer merupakan bentuk perilaku narsisme. Dan perasaan insecure merupakan faktor utama perilaku tersebut. Flexing disebabkan adanya perasaan tidak aman dan rendah diri yang dialami pelaku flexing. Flexing dianggap perlu dilakukan untuk mendapatkan validasi atau pengakuan dari orang lain dengan cara menunjukkan pencapaian, prestasi, maupun harta yang dimiliki, Kowalchuk (2023) [21].

Seseorang yang melakukan flexing berupaya membangun citra dirinya melalui hal-hal yang berkaitan dengan kepemilikan barang-barang yang dinilai mewah. Mario Dandy sebagai anak pejabat Rafael Tri Sambodo gemar melakukan flexing melalui akun tiktok dengan membagikan konten kendaraan mewah mulai dari Harley Davidson, mobil Rubicon dan lainnya disebabkan karena adanya obsesi untuk menunjukkan kekuatan dan status sosial yang dimilikinya dan obsesi tersebut muncul akibat percaya diri yang rendah, Rachmawati (2023). [22].

Tren flexing dimedia sosial memberikan berbagai pengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Flexing tidak selalu tentang harta dan kemewahan, flexing bisa berupa pencapaian prestasi atau keberhasilan. Flexing akan berpengaruh positif ketika flexing yang dilakukan untuk membangun citra diri. Salah satunya melalui strategi marketing flexing di linkedln untuk menunjukkan keahlian dan pengalaman dalam bidang profesional yang bertujuan untuk menciptakan employee branding. Flexing keren berupa prestasi akademik, pengalaman kerja, penghargaan profesional, publikasi atau penelitian di linkedln dapat menarik perhatian rekan profesional atau pemberi kerja, Andryaas (2023). [23]

Flexing juga sering digunakan untuk membangun kesuksesan secara financial, sebagai cara untuk meningkatkan penghasilan. Flexing digunakan marketing influencer untuk menarik perhatian para follower di media sosial, hal tersebut dilakukan dengan memamerkan hasil yang diperoleh jika bergabung atau memakai produk dari suatu brand yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli. Selegram melakukan flexing dimedia sosial untuk mendapatkan perhatian masyarakat maupun para followernya demi popularitas, kebutuhan konten, bisnis dan endorse guna meningkatkan penghasilan, Mefita dan Yualinto (2018). [5]



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Disisi lain flexing dimedia sosial lebih banyak memberikan pengaruh negatif terhadap kehidupan masyarakat; flexing menimbulkan perilaku konsumtif dan perubahan gaya hidup demi konten. Australian Institute of Professional Counselors menyatakan orang yang terbiasa pamer atau flexing akan melakukannya secara terus menerus, 2022 (www.klikdokter.com). [24].

Flexing menyebabkan pergeseran persepsi nilai-nilai kehidupan dan fungsi dari sebuah barang atau benda. Barang yang digunakan dilihat bukan lagi berdasarkan fungsi namun berdasarkan merk atau simbol. Munculnya keinginan untuk mengikuti konten flexing dapat mentrigger orang lain untuk berperilaku konsumtif meskipun dengan status ekonomi pas-pasan.

Adakalanya flexing juga dijadikan sebagai metode penipuan yang menyebabkan kerugian secara financial, Yuwita N, dkk. (2022) [25]. Diantaranya flexing penipuan Indra Kens dan Doni Salmanan dengan sebutan crazy rich, keduanya gemar melakukan flexing modus penipuan melalui media sosial, instagram, maupun youtube dengan memamerkan pembelian apartemen mewah, rumah, mobil dan bertemu para artis, seolah-olah semua yang dimiliki diperoleh dari kesuksesannya dalam melakukan trading menggunakan aplikasi Binomo dan Quotex. Flexing dilakukan untuk mempengaruhi followernya agar bergabung dalam aplikasi tersebut. Indra Kens dan Doni Salmanan kerap melakukan pembongkaran publik dengan mempromosikan aplikasi Binomo dan Quotex sangat menguntungkan dan mengklaim aplikasi Binomo dan Quotex legal di Indonesia namun kenyataannya BAPPEBTI mengatakan kedua aplikasi tersebut merupakan aplikasi ilegal sehingga Indra Kens dan Doni Salmanan dijerat Pasal 45 ayat 1 juncto 28 ayat 1 UU ITE, Pasal 378 KUHP, Pasal 3 ayat 3 UU UU no 8 tahun 2010 tentang TPPU, 2022 (nasional.kompas.com). [26]. Kurangnya daya kritis masyarakat dalam memahami konten flexing serta kurang informatifnya POLRI dan Lembaga terkait dalam mengcounter konten-konten penipuan modus flexing dimedia sosial membuat masyarakat menjadi korban flexing dan mengalami kerugian hingga miliaran rupiah, (www.liputan6.com) [27], (news.detik.com). [28]

Selain hal tersebut kebiasaan melakukan flexing terlalu sering akan menimbulkan masalah sosial, umumnya para pelaku flexing hanya fokus pada pamer kekayaan dan kemewahan sehingga empati terhadap orang lain semakin berkurang dan kepedulian terhadap lingkungannya semakin minim.

Kecenderungan masyarakat untuk mengikuti isi konten flexing influencer memberikan pengaruh negatif terhadap kesehatan mental. Flexing dapat menimbulkan gangguan kesehatan mental berupa rasa cemas yang dialami followers karena tidak dapat mengikuti konten yang sengaja diviralkan oleh influencer atau biasa disebut dengan FOMO (Fear of Missing Out). Individu yang tidak mampu mendapatkan barang mewah atau hal-hal mewah lainnya di media sosial akan merasa khawatir dan rendah diri yang berakibat menurunnya kepercayaan diri, jika tidak tertangani dengan baik hal tersebut akan menyebabkan stres hingga risiko depresi.

V. KESIMPULAN

Flexing atau pamer dimedia sosial, saat ini menjadi hal yang sangat digemari masyarakat, perilaku flexing dilakukan karena adanya kebutuhan akan pujian atau pengakuan sebagai bentuk validasi untuk menunjukkan status sosial. Faktor teknologi digital turut mempengaruhi fenomena flexing di Indonesia.

Flexing memberikan berbagai pengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Flexing dapat digunakan untuk employee branding, meningkatkan popularitas sebagai strategi marketing dalam bisnis dan sumber pendapatan bagi para pelaku endorse. Namun disisi lain flexing mengakibatkan pergeseran persepsi masyarakat terhadap nilai-nilai kehidupan. Konten flexing yang cenderung menggambarkan seolah-olah harta dan kemewahan menjadi faktor utama kebahagiaan dan kenyamanan dapat mentrigger orang lain untuk berperilaku konsumtif dan bergaya hidup hedon, terjebak dalam FOMO yang berdampak negatif terhadap kesehatan mental.

Flexing juga digunakan sebagai metode penipuan. POLRI dan Lembaga terkait harus lebih informatif melakukan edukasi terkait konten flexing yang berpotensi merugikan masyarakat.

Sebagai pengguna media sosial masyarakat diharapkan lebih bijak dalam mengelola informasi, dibutuhkan kecerdasan berpikir agar tidak menjadi korban flexing, terlebih di era post truth, informasi yang ditampilkan dimedia sosial seolah-olah benar namun nyatanya tidak selalu demikian. Baiknya masyarakat meminimalisasi perilaku flexing dan mengedepankan reputasi melalui berbagai prestasi, terlebih secara psikologis umumnya masyarakat lebih menyukai pribadi yang sederhana dan membumi.

REFERENSI

- [1] We Are sosial. 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023>
- [2] Indah S. J. 2022. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220124143117-277-750501/melihat-perilaku-flexing-alias-pamer-secara-psikologis>



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [3] Profesor Rhenald Kasali. (2022). <https://news.detik.com/kolom/d-5956506/flexing-gaya-hidup-atau-strategi-marketing>
- [4] Musman, A. (2020). The Power of IKIGAI: Dan Rahasia Hidup Bahagia ala Orang-orang di Dunia. *Anak Hebat Indonesia*.
- [5] Mefita, S., & Yualinto, M. (2018). Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin). *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 6(4), 567–573.
- [6] Subagya, R. (2010). Gaya hidup membeli sebagai tema dalam penciptaan karya lukis.
- [7] Rahadi, D. R. (2017). Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- [8] <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230323/9/1639781/deretan-pejabat-negara-yang-dicopot-akibat-keluarga-doyan-flexing>
- [9] <https://www.kompas.tv/amp/nasional/400386/flexing-disebut-pintu-masuk-korupsi-ini-penjelasan-guru-besar-ui-rhenald-kasali>
- [10] Pramono. 2023. <https://www.kompas.tv/article/407353/flexing-berujung-status-tersangka-dari-rafael-alun-trisambodo-kini-andhi-pramono>
- [11] Utomo, S. 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230223135256-4-416378/dampak-kasus-rubicon-anak-pns-djp-orang-bisa-tak-patuh-pajak>
- [12] Cambridge Dictionary. (2013). *Cambridge Advanced Learner's Dictionary Fourth Edition*. Cambridge University.
- [13] Windyaningrum, dkk (2022). Analisis Isi Pesan Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz Pendahuluan. 1(1), 8–17.
- [14] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- [15] Kaplan. A. M dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Sosial Media. *Business Horizons* 53(1): 59-68
- [16] <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- [17] Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [18] Przybylski, et al. 2013. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848
- [19] JWT Intelligence. (2012). *Fear of Missing Out (FoMO)*
- [20] Darmalaksana, W. (2022). Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial. *Gunung Djati Conference Series*, 8, 412–427.
- [21] Kowalchyk. 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230320104617-33-423110/banyak-istri-pejabat-suka-flexing-psikolog-jelaskan-sebabnya>
- [22] Rachmawati, D. 2023. <https://bogor.tribunnews.com/2023/02/27/mario-dandy-hobi-pamer-kekayaan-ayahnya-sosiolog-ungkap-alasan-kebiasaan-orang-flexing-di-medsos>
- [23] Andryaas Mamuaya. 2023. <https://ombudsman.go.id/perwakilan/news/r/pwkinternal--memanfaatkan-linkedin-untuk-employee-branding-insan-ombudsman>
- [24] Australian Institute of Professional Counselors. 2022. <https://www.klikdokter.com/psikologi/kesehatan-mental/kata-psikolog-soal-fenomena-flexing-perilaku-pamer-kekayaan>
- [25] Yuwita N, dkk. 2022. Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan). *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 7 No. 1
- [26] <https://www.liputan6.com/news/read/4936259/rhenald-kasali-flexing-itu-barangnya-tak-jelas-kenapa-masih-ada-yang-percaya>
- [27] <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/10/06484811/indra-kenz-dan-doni-salmanan-tersangka-penipuan-binary-option-yang-diduga>
- [28] <https://news.detik.com/berita/d-6231006/jaksa-korban-binomo-indra-kenz-144-orang-total-kerugian-rp-833-m>



DOI: 10.52362/jisicom.v7i1.1093

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).