

SKRIPSI

**INSTAGRAM SEBAGAI AJANG *FLEXING* PADA
MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK (FISIP) UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS
PALEMBANG**



PUTRI NABILA

07021382126139

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SKRIPSI

INSTAGRAM SEBAGAI AJANG *FLEXING* PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP) UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



PUTRI NABILA
07021382126139

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**INSTAGRAM SEBAGAI AJANG PRESENTASI DIRI PADA MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP) UNIVERSITAS
SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1 Sosiologi

Oleh:

PUTRI NABILA

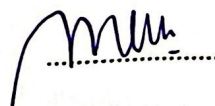
07021382126139

Pembimbing I

Mery Yanti, S.Sos, MA

NIP 197705042000122001

Tanda Tangan



Tanggal

25- April-2025

Mengetahui,

Ketua jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si

NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**INTAGRAM SEBAGAI AJANG FLEXING PADA MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)
UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG****Skripsi****PUTRI NABILA**
07021382126139Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 16 Mei 2025

Pembimbing :

Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001

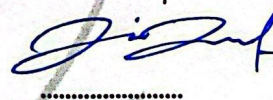
Tanda Tangan



Penguji :

1. Dra. Dyah Hapsari Enh. M.Si
NIP. 196010021992032001

Tanda Tangan

2. Yosi Arianti, S.Pd., M.Si
NIP. 198901012019032030

Mengetahui,

Ketua Jurusan


Dekan
Fakultas FISIP
Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI**

Alamat : Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 Faksimile (0711) 580572 Laman : www.fisip.unsri.ac.id

PERNYATAAN ORISIONALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Nabila
Nim : 07021382126139
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Instagram sebagai Ajang Presentasi Diri pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya Kampus Palembang" ini benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya di atas merupakan jiplakan karya orang lain (plagiarism), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 29 April 2025

Yang buat pernyataan,



Putri Nabila
NIM 07021382126139

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Instagram sebagai Ajang *Flexing* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya Kampus Palembang”. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Strata (S-1) Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunannya, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala nikmat, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
2. Terkhusus kepada Orangtuaku, Bapak Wediansyah dan Ibu Desmiati yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tiada henti. Tanpa bimbingan dan pengorbanan kalian, saya tidak akan sampai pada titik ini. Semoga keberhasilan ini dapat menjadi kebanggaan dan membalas segala perjuangan yang telah diberikan kepada saya.
3. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., MA selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

7. Ibu Mery Yanti, S.Sos, MA selaku Dosen Pembimbing saya yang penuh kesabaran dan ketulusan telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Yulasteriyani, S.Sos., M.Sos selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi mengenai akademik penulis.
9. Mbak Irma Septiliana selaku Admin Jurusan Sosiologi FISIP UNSRI Palembang yang telah banyak membantu penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan.
10. Seluruh dosen Program Studi Sosiologi dan staff kepegawaian Universitas Sriwijaya, yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
11. Adik saya Ervan Saputra dan M. Firmansyah, terima kasih atas segala bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada saya.
12. M. Charen Rivay Pradana, A.Md.T, terima kasih atas semangat, motivasi, dan dukungan yang tiada henti. Terima kasih juga atas kesabaran dan kesetiaan yang telah mendampingi penulis dalam setiap proses panjang ini, serta kehadiran yang selalu berarti di setiap langkah.
13. Teman seperjuangan saya Fira, Abel dan Fitri, terima kasih atas semangat dan dukungan yang tak henti-hentinya diberikan. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik dalam setiap keluhan saya, menemani saya selama masa perkuliahan serta selalu ada dalam setiap langkah perjuangan ini.
14. Seluruh tema-teman Sosiologi angkatan 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama di perkuliahan
15. *Last but not least. I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having No. days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me all time.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan untuk meningkatkan kualitas tulisan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang sosiologi, serta menjadi referensi untuk penelitian di masa depan.

Palembang, 29 April 2025



Putri Nabila

07021382126139

ABSTRAK

**INSTAGRAM SEBAGAI AJANG *FLEXING* PADA MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP) UNIVERSITAS
SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG**

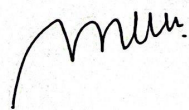
Flexing merupakan perilaku memamerkan kekayaan, prestasi, atau gaya hidup mewah di media sosial dengan tujuan memperoleh pengakuan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk *flexing* yang dilakukan oleh mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya melalui fitur Instagram *Story*. Penelitian ini menggunakan teori presentasi diri dari Erving Goffman serta metode analisis konten terhadap unggahan Instagram mahasiswa yang mengandung unsur *flexing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk *flexing* yang umum ditemukan antara lain: mengunggah tempat liburan, pencapaian pribadi seperti prestasi akademik atau organisasi, serta barang-barang bermerek. *Flexing* di Instagram menjadi salah satu cara mahasiswa membentuk citra diri yang diinginkan di ruang digital. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan gaya hidup konsumtif, tetapi juga menunjukkan bagaimana media sosial berperan dalam proses pencarian identitas sosial di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Presentasi Diri, *Flexing*, Mahasiswa, Instagram

Palembang, 16 Juli 2025

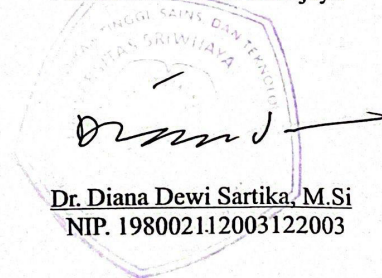
Disetujui Oleh,

Pembimbing



Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

ABSTRACT

**INSTAGRAM AS A PLATFORM FOR *FLEXING* AMONG STUDENTS OF
THE FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES (FISIP)
SRIWIJAYA UNIVERSITY, PALEMBANG CAMPUS**

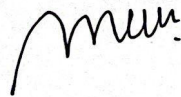
Flexing is a behavior that involves showcasing wealth, achievements, or a luxurious lifestyle on social media with the aim of gaining social recognition. This study aims to identify the forms of flexing performed by students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP), Universitas Sriwijaya, through the Instagram Story feature. The study uses Erving Goffman's self-presentation theory and content analysis method to examine Instagram uploads that contain elements of flexing. The findings show that common forms of flexing include posting about travel destinations, personal achievements such as academic or organizational accomplishments, and branded luxury items. Flexing on Instagram serves as a way for students to construct their desired self-image in the digital space. This phenomenon not only reflects a consumerist lifestyle, but also illustrates how social media plays a significant role in the process of social identity formation among university students.

Keywords: Self-Presentation, Flexing, Students, Instagram

Palembang, 16 July 2025

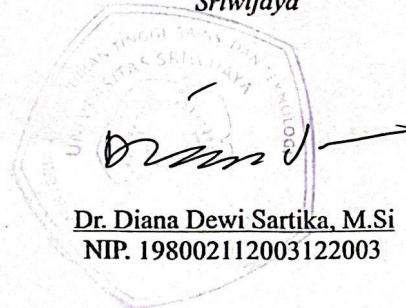
Approved by,

Advisor



Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001

Head of Department of Sociology
Faculty of Social and Political
Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISIONALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Keranga Pemikiran.....	16
2.2.1 Presentasi Diri	16
2.2.2 <i>Flexing</i>	19
2.2.3 Media Sosial.....	21
2.2.4 Perilaku Masyarakat Digital.....	22
2.2.5 Mahasiswa.....	23
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.4 Fokus Penelitian	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	27

3.6 Penentuan Objek Penelitian	27
3.7 Peranan Peneliti.....	28
3.8 Unit Analisi Data.....	28
3.9 Teknik Pengumpulan Data	28
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	29
3.11 Teknik Analisis Data	29
3.12 Jadwal Kegiatan Penelitian	31
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Universitas Sriwijaya	32
4.1.1 Visi, Misi dan Tujuan	32
4.1.2 Gambaran Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	33
4.2 Gambaran Umum Instagram	36
4.2.1 Sejarah Instagram.....	36
4.2.2 Logo Instagram	37
4.2.3 Fitur Instagram.....	38
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Bentuk <i>Flexing</i> di Instagram pada Mahasiswa FISIP Unsri Palembang	42
5.1.1 Mengunggah Tempat Liburan	42
5.1.2 Mengunggah pencapaian pribadi	53
5.1.3 Mengunggah Kekayaan.....	63
BAB VI PENUTUP	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	31
Tabel 4. 1 Akun Instagram Mahasiswa Fisip Unsri.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bentuk <i>flexing</i> pada mahasiswa Fisip Unsri yang di tunjukan melalui media sosial instagram	4
Gambar 4. 1 Logo Instagram dari Masa ke Masa	38
Gambar 5. 1 Profil Instagram SN.....	43
Gambar 5. 2 Unggahan Instagram SN	44
Gambar 5. 3 Unggahan Instagram SN	45
Gambar 5. 4 Unggahan Instagram SN	46
Gambar 5. 5 Profil Instagram RTA	48
Gambar 5. 6 Unggahan Instagram RTA	49
Gambar 5. 7 Unggahan Instagram RTA	50
Gambar 5. 8 Unggahan Instagram RTA	51
Gambar 5. 9 Unggahan Instagram RTA	52
Gambar 5. 10 Profil Instagram AR	54
Gambar 5. 11 Unggahan Instagram AR	55
Gambar 5. 12 Unggahan Instagram AR	56
Gambar 5. 13 Unggahan Instagram AR	57
Gambar 5. 14 Profil Instagram VAZ	59
Gambar 5. 15 Unggahan Instagram VAZ.....	60
Gambar 5. 16 Unggahan Instagram VAZ.....	61
Gambar 5. 17 Unggahan Instagram VAZ.....	62
Gambar 5. 18 Profil Instagram S.....	64
Gambar 5. 19 Unggahan Instagram S	65
Gambar 5. 20 Unggahan Instagram S	66
Gambar 5. 21 Unggahan Instagram S	67
Gambar 5. 22 Profil Instagram DN	69
Gambar 5. 23 Unggahan Instagram DN.....	70
Gambar 5. 24 Unggahan Instagram DN.....	71
Gambar 5. 25 Profil Instagram MNP	72
Gambar 5. 26 Unggahan Instagram MNP	73

Gambar 5. 27 Unggahan Instagram MNP	74
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial sering digunakan oleh banyak orang sebagai alat untuk berbagi informasi tentang kegiatan sosial mereka. Melalui platform ini, individu memiliki kendali penuh atas informasi yang mereka tampilkan, memungkinkan mereka untuk membentuk pandangan orang lain sesuai dengan keinginan mereka. Tak jarang, informasi yang dibagikan berkaitan dengan hal-hal yang membuat pengguna merasa mendapatkan pengakuan dan eksistensi, seperti dengan menunjukkan kekayaan dan kemewahan mereka (Nurhayat & Noorrizki, 2022). Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini adalah Instagram, yang terus berkembang pesat. Instagram menjadi platform yang paling digemari, terutama oleh kalangan mahasiswa, karena memungkinkan penggunanya untuk membagikan kehidupan pribadi mereka dalam bentuk visual. Di Instagram, pengguna dapat mengunggah foto apapun tanpa ada batasan waktu, tempat, atau lokasi. Media sosial ini sering digunakan sebagai wadah untuk merepresentasikan diri melalui foto-foto yang mereka tampilkan. Para mahasiswa berusaha tampil berbeda dengan pengguna lainnya, baik melalui foto-foto yang mereka unggah maupun dengan menunjukkan sisi keseharian yang berbeda dari pengguna instagram lainnya (Situmorang & Hayati, 2023).

Presentasi diri semakin berkembang pesat sejak munculnya media sosial. Pengguna media sosial memiliki cara yang berbeda-beda dalam memperkenalkan diri mereka kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Seseorang dapat memperlihatkan diri mereka kepada banyak orang, namun kesan yang diterima bisa bervariasi (Fitri, 2015). Saat berinteraksi, individu berusaha menampilkan diri mereka sebaik mungkin agar diterima oleh orang lain, karena orang lain memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra diri kita, yang memungkinkan kita untuk memperkirakan apa yang mereka pikirkan tentang kita (Putri, 2016). Saat berinteraksi langsung, seseorang cenderung lebih terbatas dalam menampilkan dirinya karena bisa saja mendapat tanggapan atau sanggahan dari orang lain. Namun, di media sosial, batasan ini hampir tidak ada. Orang bebas

menampilkan diri mereka sesuai keinginan tanpa takut mendapatkan kritik atau bantahan langsung dari orang lain, karena tidak ada interaksi tatap muka yang memungkinkan itu terjadi.

Beberapa kelompok masyarakat menganggap kehidupan di platform media sosial merupakan kehidupan nyata yang menarik untuk diikuti. Hal ini mengubah cara berpikir dan bertindak yang hanya fokus pada kesenangan materi yang bertentangan dengan ajaran Islam. Bahkan perilaku menyimpang bertujuan untuk memamerkan harta benda yang dilarang Islam disebut menyombongkan diri. Pamer kini menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan melalui platform media sosial di bidang ekonomi yang terkait dengan pemasaran (Mutmainnah et al., 2023). Di era digital, budaya *flexing* mungkin telah menjadi tradisi virtual di mana orang memamerkan kepemilikan mereka dan mengekspresikan perilaku konsumsi mencolok di media sosial. Di platform tersebut, barang-barang yang mereka tunjukkan dan layanan yang mereka unggah menunjukkan berbagai makna, seperti mendapatkan pengakuan sosial, membangun citra tubuh, mencari kesenangan dan kepuasan diri, dan menunjukkan aktualisasi diri (Rosida et al., 2023). Dalam pandangan sosiologi, identitas sosial adalah bagian dari jati diri yang berkembang melalui interaksi dengan orang lain dan lingkungan sekitar. *Flexing* dapat dilihat sebagai usaha individu untuk memperkuat dan menjaga identitas sosial mereka di hadapan orang lain. Fenomena *flexing* ini merupakan salah satu aspek dari dinamika sosial dalam masyarakat modern yang kompleks dan menjadi fokus perhatian para sosiolog.

Fenomena *Flexing* atau pamer kekayaan di media sosial instagram semakin sering terjadi fenomena ini mengacu pada aksi memamerkan barang-barang mewah, make up highend, liburan eksklusif, dan gaya hidup glamor dengan tujuan menunjukkan status sosial. Di era digital, media sosial menjadi panggung utama bagi individu, termasuk mahasiswa, untuk menampilkan citra diri yang diinginkan. Bagi sebagian mahasiswa, *flexing* tidak hanya menunjukkan gaya hidup, tetapi juga berfungsi sebagai kesempatan untuk mendapatkan pengakuan dan validasi sosial dari lingkungan sekitar. Dalam konteks mahasiswa (Situmorang & Hayati, 2023), *flexing* sering dikaitkan dengan upaya untuk menunjukkan kelas sosial tertentu. Mahasiswa yang berasal dari keluarga dengan latar belakang ekonomi yang tinggi

mungkin merasa perlu menampilkan kekayaannya sebagai simbol status dan kekuatan sosial. Sebaliknya, mahasiswa yang berasal dari keluarga dengan latar belakang ekonomi menengah atau rendah mungkin merasa terdorong untuk melakukan upaya untuk menyesuaikan diri dengan teman sebayanya dan mendapatkan pengakuan sosial yang setara.

Flexing yaitu kecenderungan atau perilaku seseorang untuk memamerkan harta bendanya dengan harapan mendapat pujian atau pengakuan dari orang lain di platform media sosialnya. Biasanya motif utama dibalik perilaku *flexing* ini adalah untuk menarik perhatian atau mendapatkan pengakuan dari orang lain. Banyak orang yang menerapkan cara ini untuk membangun citra pribadi mereka dengan cara menunjukkan harta yang mereka miliki (Ketut Putu & Sinarwati, 2022, seperti dikutip dalam (Pohan et al., 2023). Kebiasaan ini telah menjadi hal yang umum dalam masyarakat sebagai upaya untuk menarik perhatian publik. Meskipun konsep *flexing* merupakan istilah baru yang banyak digunakan masyarakat saat ini, namun faktanya perilaku *flexing* bukanlah sesuatu yang baru terjadi begitu saja. Pelaku *flexing* melakukan konsumsi berlebihan dengan sengaja untuk menarik perhatian atau kesan dari orang lain dan menunjukkan kekayaan atau status sosialnya. Seseorang yang terbiasa melakukan *flexing* cenderung menjadi kecanduan, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap kondisi keuangan mereka. Kebiasaan membeli barang-barang bermerek terbaru semakin mendorong perilaku konsumtif. Jika sudah dikenal publik, individu tersebut merasa perlu menjaga konsistensi dalam memamerkan kekayaan di media sosial. Kebiasaan *flexing* tersebut dapat berdampak negatif pada kesehatan mental mahasiswa, karena mereka cenderung merasa tidak pernah puas dengan apa yang dimiliki, hanya untuk memperoleh pengakuan dari orang lain mengenai status sosial mereka.

Generasi Z melihat *flexing* sebagai tindakan yang wajar karena mereka hidup berdampingan dengan media sosial. *Flexing* tidak lepas dari pengaruh budaya konsumen yang berkembang pesat di kalangan generasi muda, dimana kepemilikan barang-barang bermerek dan gaya hidup mewah kerap dijadikan tolak ukur kesuksesan dan kebahagiaan. Namun dibalik fenomena ini terdapat kekhawatiran mengenai dampak psikologis dan sosial dari tindakan *flexing* pada mahasiswa. Tekanan untuk selalu tampil sempurna dan hidup mewah dapat menimbulkan stres,

kecemasan bahkan perilaku konsumen yang tidak sehat. Selain itu, *flexing* juga dapat memperkuat kesenjangan sosial di kalangan mahasiswa, menciptakan kesenjangan yang lebih besar antara mereka yang memiliki akses terhadap kekayaan dan mereka yang tidak memiliki akses terhadap kekayaan (Hariyono & Hendra Pradana, 2024).

Penelitian mengenai Instagram sebagai ajang *flexing* pada mahasiswa Fisip Unsri ini memberikan wawasan tentang perilaku digital mahasiswa, khususnya bagaimana mereka menggunakan Instagram untuk mempresentasikan diri dalam bentuk *flexing*. Dalam konteks ini, *flexing* merujuk pada tindakan memamerkan barang-barang bermerek atau pencapaian pribadi dengan tujuan menunjukkan status sosial dan gaya hidup yang dianggap prestisius.

Pada observasi awal yang dilakukan pada September 2024, terdapat dua foto *screenshot* dari Instagram *Story* mahasiswa FISIP yang mempresentasikan diri dalam bentuk *flexing* secara jelas.

Gambar 1. 1

Bentuk *flexing* pada mahasiswa Fisip Unsri yang di tunjukan melalui media sosial instagram



Sumber Instagram: MSA



Sumber Instagram: IZ

Sumber :Instagram (2024)

Foto pertama terlihat seorang mahasiswa mempresentasikan diri yakni *flexing* dalam bentuk kekayaan materi, ditandai dengan barang bermerek mewah seperti produk Valentino Garavani. sepatu bermerek Valentino. Gambar ini diunggah dengan penekanan pada label merek, menandakan bahwa sepatu tersebut adalah barang mewah yang dianggap prestisius di kalangan mahasiswa. Sementara itu, foto kedua menampilkan *flexing* dalam bentuk gadget dan barang berharga, dengan menonjolkan perangkat seperti iPad dan barang lain yang menjadi simbol status. Kombinasi barang-barang tersebut memberi kesan bahwa pemiliknya memiliki akses terhadap barang-barang branded yang sering diasosiasikan dengan status sosial tinggi.

Kedua foto tersebut menggambarkan dengan jelas bagaimana mahasiswa memanfaatkan Instagram *Story* untuk mempresentasikan diri mereka dan menunjukkan barang-barang yang mereka anggap sebagai simbol kemewahan. Di media sosial, barang-barang ini bukan hanya sekadar objek konsumsi, tetapi juga sarana untuk memperoleh pengakuan sosial melalui jumlah tampilan, "*likes*," dan komentar dari teman-teman atau pengikut mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di jelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana Bentuk *Flexing* di Instagram pada Mahasiswa FISIP Unsri Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini secara umum adalah Untuk menganalisis bagaimana mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Unsri memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk mempresentasikan diri dan identitas sosial mereka.

1.3.2 Tujuan Khusus

Untuk mengidentifikasi berbagai bentuk "*flexing*" yang dilakukan oleh mahasiswa FISIP Universitas Sriwijaya di platform Instagram sebagai bagian dari cara mereka mempresentasikan diri. Penelitian ini berupaya menggali jenis-jenis

flexing yang paling sering digunakan, seperti pamer kekayaan, prestasi, gaya hidup, atau barang-barang mewah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan perspektif baru tentang fenomena presentasi diri di Instagram, khususnya perilaku *flexing* di kalangan mahasiswa FISIP Unsri. Penelitian ini relevan dengan mata kuliah sosiologi, terutama konsep interaksi sosial dan identitas sosial, serta memberikan wawasan tentang bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk menampilkan diri dan memperoleh pengakuan sosial

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tambahan bagi penulis dalam memahami instagram sebagai ajang *flexing* pada mahasiswa Fisip Unsri serta berkontribusi sebagai pemikiran yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti lain di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Ainal Fitri. (2015). *Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014*.
- A.M.Irfan Taufan Asfar. (2019). *Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Anisatul Mardiah. (2022). *Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam*. <http://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/>
- Arif Nurdiasyah. (2023). *Flexing Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman Di Karang Taruna Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo*.
- Fatimah, S., Maulidya, O., Putri, P., Ekonomi, P., Universitas, S., Negeri, I., Malik, M., & Malang, I. (2023). *Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6824>
- Fauziah, N., Bhayangkara, U., Raya, J., Perjuangan Raya, J., Bekasi, I., Mei, D. T., Mei, D. T., & Juni, D. T. (2023). *Flexing Dalam Masyarakat Tontonan: Dari Tabu Menjadi Sebuah Strategi Flexing In A Spectacle Society: Form Taboo To A Strategy. Jurnal Komunikasi Dan Budaya, 04, 1*.
<http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- Hariyono, M., & Hendra Pradana, H. (2024). *Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z*. 2(1).
- Laskar, M. H. (2023). Examining the emergence of digital society and the digital divide in India: A comparative evaluation between urban and rural areas. *Frontiers in Sociology, 8*. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1145221>
- Muhammad Rizqi Arifuddin, I. (2019). Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 3*, 37–55.
- Mutmainnah, M., Fahimatussyam Putra Nusantara Abdur Rakhman Wijaya Ekonomi Syariah, A., & Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, U. (2023). *Fenomena Flexing Dalam Ekonomi Islam*. 5(1).

- Nurhayat, E., & Noorrizki, R. D. (2022). *Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem*. *Jurnal Flourishing*, 2(5), 368–374. <https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v2i52022p368-374>
- Nurul Aiyuda, N. A. S. (2019). Presentasi diri di sosial media (Instagram dan Facebook) Sebuah literature review. *Jurnal Psikologi*, 2 No. 2.
- Patrick Humbertus, (2022). *Kecenderungan Pembentukan Inauthentic Self-Presentation Pengguna Instagram* (Vol. 4).
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomen *Flexing* di Media Sosial dalam Menaikkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(2), 490–493. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Putri, E. (2016). Foto Diri, Representasi Identitas Dan Masyarakat Tontonan Di Media Sosial Instagram. In *Jurnal Pemikiran Sosiologi* (Vol. 3, Issue 1).
- Rani Puspita Sari. (2024). *FENOMENA FLEXING DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang)*.
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif ERVING GOFFMAN. In *JULI* (Vol. 1, Issue 2).
- Rosida, I., Az Zahra, F., Tuzzahrah, F., & Azzahra, S. (2023). *Flexing* culture in the age of social media: From social recognition to self-satisfaction. *Simulacra*, 6(2), 193–208. <https://doi.org/10.21107/sml.v6i2.20716>
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik. In *Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19). www.researchgate.net
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Fkip Untirta. *Community*, 6(1).
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Wijaya, H., Filsafat, S. T., & Makassar, J. (2018). *Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi)*. <https://www.researchgate.net/publication/323557072>

Buku

- Amir Hamzah. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan R&D*. Literasi Nusantara.

- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Erving Goffman. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif (Pendudukan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Lainnya

- Albi Panatagama. (2023, June 17). *Kenali Masyarakat Digital yang Melek Teknologi, Informasi, dan Komunikasi*.
- Erving Goffman. (n.d.). *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. (2023, April 13). Retrieved October 9, 2024, from https://id.wikipedia.org/wiki/Erving_Goffman
- Fanani, M. F. (2022, July 21). *Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya*. <https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelasan-nya-kln.html?page=4>
- Instagram logo - BrandMentions Wiki. (n.d.). https://brandmentions.com/wiki/Instagram_Logo
- Suwono. (1978). *Definisi Mahasiswa Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <http://www.pengertianku.net/2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-para-ahli.html>