

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian *Flexing*

Istilah *flexing* pertama kali muncul pada awal 1900-an dan digunakan oleh komunitas kulit hitam untuk menggambarkan tindakan "unjuk diri" atau "pamer".<sup>25</sup> Dalam bahasa Inggris, *flexing* berarti memamerkan sesuatu secara mencolok. Merriam-Webster Dictionary mendefinisikan *flexing* sebagai tindakan menonjolkan kepemilikan atau aset dengan cara yang berlebihan.<sup>26</sup> Sementara itu, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "pamer" diartikan sebagai memperlihatkan sesuatu yang dimiliki kepada orang lain dengan tujuan menunjukkan keunggulan atau kesombongan.<sup>27</sup>

Menurut psikolog klinis personal *Growth Stefany Valentina*, *flexing* secara sederhana dapat diartikan sebagai tindakan memamerkan sesuatu. *Flexing* tidak hanya terbatas pada kekayaan dan harta benda, tetapi juga dapat mencakup pencapaian, kesuksesan, atau bahkan hubungan.<sup>28</sup> Ia menjelaskan bahwa *flexing* masih dianggap normal selama dilakukan dalam batas yang wajar.

Renald Kasali, merupakan seorang pakar bisnis, menjelaskan bahwa istilah *flexing* juga digunakan dalam dunia pemasaran. Ia menjelaskan bahwa masyarakat cenderung mudah mempercayai orang-orang yang sering menunjukkan kesuksesan atau memamerkan kekayaan yang mereka miliki.<sup>29</sup> Dengan memamerkan keberhasilan yang

---

<sup>25</sup> Virdita Ratriani, "Flexing Adalah Sikap Pamer, Ini Asal Mula Kata Flexing," n.d.

<sup>26</sup> Merriam Webster, "Flex Definition & Meaning - Merriam-Webster."

<sup>27</sup> "KBBI VI Online," accessed March 15, 2025, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

<sup>28</sup> Fany Rahmawati, "Pejabat Pamer Gaya Hidup Mewah di Medsos, Kenapa Banyak Orang Suka Flexing?|Kumparan.Com," 2023, <https://kumparan.com/fany-rachma/pejabat-pamer-gaya-hidup-mewah-di-medsos-kenapa-banyak-orang-suka-flexing-1zwTvoFFzWu>.

<sup>29</sup> Rachmawati W. Ayudia N. Hasan A. & Ramadhan, "Analisis Isi Pesan Flexing Pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz," *Indonesian Journal of Social and Education* 1, no. 1 (2022): 9.

dicapai melalui *flexing*, para pelaku bisnis dapat membangun kepercayaan dari orang-orang yang ingin bergabung dalam program bisnis yang mereka jalankan, dengan harapan masyarakat akan memperoleh kesuksesan yang serupa dengan para pelaku *flexing*.

*Flexing* menjadi istilah populer di kalangan milenial untuk menggambarkan perilaku seseorang yang senang memamerkan kekayaannya. Saat ini, tindakan pamer tersebut tidak lagi terbatas pada interaksi langsung secara tatap muka, tetapi semakin sering dilakukan melalui berbagai platform media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube*, dan *tiktok*.<sup>30</sup> Perilaku *flexing* ini umumnya dilakukan oleh pengguna aktif media sosial, termasuk *content creator*, *influencer*, *youtuber*, *tiktoker*, *vlogger*, dan sebagainya.<sup>31</sup>

Seorang yang melakukan *flexing* cenderung berusaha meningkatkan status sosialnya. Berbagai cara dilakukan untuk memperoleh pengakuan sosial yang lebih tinggi dari status aslinya, dengan menyesuaikan gaya hidup dan menonjolkan penampilan yang mencolok. Secara ekonomi, mereka tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup dalam berbagai aspek atau tidak memiliki kemampuan untuk memperoleh hal-hal tersebut demi mencapai kenyamanan dan ketenangan hidup.<sup>32</sup> Berbagai cara ditempuh untuk menjalani hidup sesuai dengan gaya hidup yang terlihat kaya. Dengan gaya hidup tersebut, mereka berusaha menunjukkan diri sebagai orang yang memiliki banyak harta, meskipun kenyataannya jauh dari apa yang ditampilkan. Bahkan, kehidupan mereka sangat berbeda dengan kehidupan orang kaya.

---

<sup>30</sup> Abdulloh Labib, "Tahadduts Bi Al-Ni'mah Perspektif Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah dan Relevansinya Terhadap Pelaku Flexing," *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 10, no. 1 (2022): 2.

<sup>31</sup>Shofiyul Huda et al., "Digitalization of Women's Fiqh Da'wah via Instagram Account @ Dailyhaid," *Proceeding of International Conference on Da'wah and Communication* 1 (2024): 63.

<sup>32</sup>Mahyuddin, "Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer," *Kajian Islam Interdisipliner* 2, no. 2 (2017): 123.

Pada dasarnya, *flexing* atau pamer harta, yang sering kali terlihat dalam pertunjukan *real estate*, dapat dilihat sebagai tiruan dari gaya hidup kelas tertentu, seperti yang diuraikan dalam buku klasik Thorstein Veblen, seorang ekonom dan sosiolog Amerika, yang memperkenalkan konsep *conspicuous consumption* dalam karyanya “The Theory of the Leisure Class (1899)”. Ia mengamati bahwa kelas atas dalam masyarakat cenderung melakukan konsumsi mencolok untuk membedakan diri dari kelas yang lebih rendah. Konsumsi ini tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan fungsional suatu barang, tetapi lebih kepada nilai simbolis yang melekat pada barang tersebut. Veblen menekankan bahwa barang-barang mewah yang dipamerkan oleh kelas atas bertujuan untuk menunjukkan superioritas mereka dan mengukuhkan posisi sosial di mata publik. Dengan kata lain, nilai suatu barang tidak hanya terletak pada manfaatnya, tetapi juga pada sejauhmana barang tersebut dapat meningkatkan status pemiliknya dalam struktur sosial.<sup>33</sup>

Dalam teori Veblen, konsumsi mencolok tidak hanya terjadi di kalangan aristokrat atau kelas atas, tetapi juga merembes ke kelas menengah yang berusaha meniru gaya hidup kelas elite. Fenomena ini dikenal sebagai *pecuniary emulation*, yaitu dorongan kelas menengah untuk mengadopsi pola konsumsi kelas atas guna meningkatkan status sosial mereka. Akibatnya, masyarakat mengalami tekanan sosial untuk terus meningkatkan standar konsumsi mereka, meskipun secara ekonomi hal tersebut tidak selalu berkelanjutan. Veblen melihat bahwa konsumsi semacam ini seringkali tidak rasional, karena orang lebih peduli pada citra yang mereka bangun daripada pada manfaat nyata dari barang atau jasa yang mereka beli. Hal ini membuat perilaku

---

<sup>33</sup> Bakti, Nirzalin, and Alwi, “Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen,” 85.

konsumsi menjadi lebih didasarkan pada aspek sosial daripada aspek kebutuhan individu.<sup>34</sup>

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa istilah *flexing* sering digunakan oleh orang-orang yang gemar memamerkan berbagai macam aspek dari kehidupannya, mulai dari harta kekayaan berupa rumah, kendaraan, perhiasan, jabatan, maupun yang berkaitan dengan fisik, berupa kecantikan, ketampanan, otot yang kekar dan lain-lain yang bersifat pamer. Melalui media sosial seperti *youtube* atau *instagram* tindakan *flexing* dilakukan untuk mendapatkan pengakuan oleh orang lain.

## B. Sejarah Munculnya *Flexing*

### 1. Sejarah *Flexing* dalam al-Qur'an

Dalam sejarahnya, fenomena memamerkan kekayaan, yang kini lebih dikenal sebagai *flexing*, bukanlah hal baru dalam kehidupan sosial. Praktik ini sudah ada sejak zaman dahulu dan bahkan diabadikan dalam al-Qur'an sebagai pelajaran bagi manusia.<sup>35</sup> Salah satu contoh terkenal dari perilaku *flexing* dalam al-Qur'an adalah kisah Qārūn. Banyak umat Islam mengenal Qārūn sebagai sosok yang hidup pada masa Nabi Musa dan memiliki kekayaan melimpah.<sup>36</sup> Ia sering memamerkan hartanya dengan penuh kesombongan, seolah-olah semua itu murni hasil usahanya sendiri, tanpa mengakui kemurahan serta kekuasaan Allah SWT. Kisah Qārūn ini tercatat dalam al-Qur'an, tepatnya dalam Surah al-Qaṣaṣ ayat 76:

إِنَّ قَارُونَ كَانَ مِنْ قَوْمِ مُوسَى فَبَغَى عَلَيْهِمْ وَآتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنُوزِ مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ لَتَنُوءُ بِالْعُصْبَةِ أُولِي الْقُوَّةِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ، لَا تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ

Artinya: Sesungguhnya Qarun termasuk kaum Musa, tetapi dia berlaku aniaya terhadap mereka. Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan

<sup>34</sup> Bakti, Nirzalin, and Alwi, 86.

<sup>35</sup> Asyhad Abdillah Rosyid, "Logical Intuitive Aspect of the Story in the Quran: Sayyid Quthb's Perspective," *International Journal of Islamic Thought and Humanities* 3, no. 1 (2024): 106.

<sup>36</sup> Yusuf Baihaqi, *Kisah Al-Qur'an dalam Lintas Dimensi (Sains, Ekonomi, dan Politik)* (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023), 72.

harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (Ingatlah) ketika kaumnya berkata kepadanya, “Janganlah engkau terlalu bangga. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri.”<sup>37</sup>

Ibnu Katsir mengutip riwayat dari Al-A'masy melalui Khaisamah, yang menjelaskan bahwa kunci-kunci gudang harta Qārūn terbuat dari kulit, dengan masing-masing kunci berukuran sebesar jari telunjuk dan digunakan untuk satu gudang tertentu. Saat Qārūn bepergian, kunci-kunci tersebut harus diangkut menggunakan enam puluh ekor Baghal yang kuat.<sup>38</sup> Menurut M. Quraish Shihab ada yang berpendapat diangkut oleh tiga sampai sepuluh, ada juga dari sepuluh sampai dengan lima belas atau dari sepuluh sampai empat puluh orang.<sup>39</sup> Yang jelas maksudnya adalah sangat terasa berat oleh mereka yang memikulnya, menggambarkan bahwa Qārūn memiliki begitu banyak harta.

Qārūn merupakan sosok yang dikenal sangat sombong. Suatu ketika, ia keluar menemui kaumnya dengan penuh kemegahan, memamerkan kekayaan yang dimilikinya, dan menyombongkan diri di hadapan mereka. Allah SWT pun menggambarkan sikap Qārūn yang suka memamerkan harta bendanya dalam Firman-Nya.

فَخَرَجَ عَلَى قَوْمِهِ فِي زِينَتِهِ ۖ قَالَ الَّذِينَ يُرِيدُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا يَا لَيْتَ لَنَا مِثْلَ مَا أُوتِيَ قَارُونُ

إِنَّهُ لَدُوٌّ حَظٌّ عَظِيمٌ ﴿٧٩﴾

Artinya: Maka, keluarlah dia (Qarun) kepada kaumnya dengan kemegahannya. Orang-orang yang menginginkan kehidupan dunia berkata, “Andaikata kita mempunyai harta kekayaan seperti yang telah diberikan kepada Qarun. Sesungguhnya dia benar-benar mempunyai keberuntungan yang besar.”<sup>40</sup>

<sup>37</sup> “Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (28:76),” 2019.

<sup>38</sup> Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim*, Juz 3 (Beirut: Maktabah Nurul alamiyah, 1992), 384.

<sup>39</sup> M Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 10* (Tangerang: Lentera Hati, 2017), 403.

<sup>40</sup> “Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (28:79),” 2019.

Ibnu Katsir menjelaskan Allah SWT telah menceritakan dalam al-Qur'an pada suatu hari Qārūn keluar memamerkan dirinya kepada kaumnya dengan segala kemewahan dan perhiasan yang dimilikinya, termasuk iringan kendaraannya, juga pakaiannya yang gemerlapan serta para pelayan dan para pembantu terdekatnya. Tatkala orang-orang yang menghendaki kehidupan duniawi (berharap) akan perhiasan dan kemewahannya melihat apa yang ditampilkan oleh Qārūn, maka hati mereka berharap “seandainya saja mereka memperoleh seperti apa yang dimiliki oleh Qārūn”.<sup>41</sup>

Setelah Allah menjelaskan dalam al-Qur'an tentang kesombongan Qārūn yang muncul di hadapan kaumnya dengan segala kemewahan perhiasan yang dikenakannya, serta sikapnya yang membanggakan diri di depan Bani Israel dan berbuat sewenang-wenang terhadap mereka, Allah kemudian menyebutkan bahwa akibat dari itu, Qārūn beserta rumah dan seluruh hartanya ditenggelamkan ke dalam bumi. Hal ini ditegaskan oleh Allah dalam QS. al-Qaṣaṣ (28): 81.

فَحَسَفْنَا بِهِمْ وَبِدَارِهِ الْأَرْضَ فَمَا كَانَ لَهُ، مِنْ فِئَةٍ يَنْصُرُونَهُ، مِنْ دُونِ اللَّهِ وَمَا كَانَ مِنَ الْمُنتَصِرِينَ

Artinya: Lalu, Kami benamkan dia (Qarun) bersama rumahnya ke dalam bumi. Maka, tidak ada baginya satu golongan pun yang akan menolongnya selain Allah dan dia tidak termasuk orang-orang yang dapat membela diri.<sup>42</sup>

M. Quraish Shihab menjelaskan maksud ayat di atas adalah pada ayat sebelumnya, Qārūn yang merasa angkuh ketika dinasehati menyebabkan ia mendapatkan azab dari Allah. Akibat dari kedurhakaan Qārūn tersebut, pada ayat ini Allah membenamkannya dengan cara melongsorkan tanah sehingga ia beserta harta benda, termasuk rumah dan seluruh perhiasan yang dimilikinya terbenam ke

<sup>41</sup> Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim*, Juz 3, 386.

<sup>42</sup> “Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (28:81),” 2019.

dalam perut bumi. Pada saat itu, tidak ada golonganpun yang dapat menyelamatkannya dari azab Allah.<sup>43</sup> Menurut M. Quraish Shihab, lokasi tempat tinggal Qārūn yang kemudian tenggelam ke dalam bumi berada di kota Fayyum, sekitar 60 kilometer dari Kairo, Mesir. Kawasan tersebut dikenal dengan nama Buhairat Qārūn atau danau Qārūn.<sup>44</sup>

Sikap memamerkan kekayaan yang sering dilakukan oleh Qārūn kepada kaumnya, membuat orang-orang berorientasi pada kehidupan duniawi tergoda oleh harta yang dimilikinya. Hal ini memiliki relevansi dengan perilaku *flexing* yang marak terjadi di masa kini. Sebagai contoh *flexing* yang populer saat ini adalah tren memamerkan ponsel terbaru, seperti Iphone 16 Pro Max, liburan mewah ke destinasi terkenal seperti Bali atau Dubai, serta berbagi foto makan di restoran bintang lima di media sosial.

## 2. Sejarah *Flexing* di Barat

Pada masa dahulu, status sosial di masyarakat digambarkan melalui kepemilikan sendok perak dan korset. Para bangsawan sering memamerkan kedua barang tersebut dalam pesta-pesta yang mereka adakan untuk menunjukkan kekayaan mereka dan memperoleh pengakuan sebagai kalangan super kaya. Hal ini disebabkan sendok perak dan korset hanya dapat dimiliki oleh orang-orang kaya atau dari golongan bangsawan.<sup>45</sup>

Istilah "*flexing*" mulai marak digunakan oleh komunitas ras kulit hitam pada tahun 1990-an sebagai bentuk ekspresi keberanian atau tindakan memamerkan sesuatu. Istilah ini semakin populer setelah rapper Ice Cube

---

<sup>43</sup> Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 10*, 414.

<sup>44</sup> Shihab, 415.

<sup>45</sup> Anisatul Mardiah, "Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam," *International Conference on Tradition and Religious Studies* 1, no. 1 (2022): 311.

menyematkannya dalam lagu berjudul *It Was a Good Day* yang dirilis pada tahun 1992. Salah satu bait dalam liriknya berbunyi, "*saw the police and they rolled right past me/No flexing. I didn't look in a 'ngga's direction as I ran the intersection*", yang menunjukkan penggunaan kata "flexing" dalam konteks tidak memamerkan sikap tertentu.<sup>46</sup>

Walaupun istilah *flexing* baru dikenal luas di era modern, perilaku pamer kekayaan sebenarnya sudah lama menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat. Dalam bukunya *The Theory of Leisure Class*, Thorstein Veblen menyampaikan kritik tajam terhadap struktur sosial di Amerika Serikat. Buku ini menyoroti kecenderungan konsumtif yang berkembang di kalangan masyarakat, terutama pada kelompok yang ia sebut sebagai *Leisure Class*. Kelompok ini bukan berasal dari kaum aristokrat atau keturunan kerajaan, melainkan kelas menengah perkotaan (*nouveaux riches*), yang terdiri dari individu-individu kaya baru. Pada masa Revolusi Industri, mereka berusaha keras mengumpulkan kekayaan, namun dalam struktur sosial tetap dipandang sebelah mata karena pekerjaan mereka sering dikategorikan sebagai pekerjaan kasar.<sup>47</sup>

Bagi kelompok *nouveaux riches*, konsumsi menjadi sarana untuk menunjukkan status sosial mereka. Mereka dengan sengaja menggunakan konsumsi sebagai strategi untuk menonjolkan kekayaan dan eksistensi mereka. Dengan perilaku konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*), mereka berupaya terlihat setara dengan kaum aristokrat. Konsumsi semacam ini bukan hanya didasarkan pada manfaat utama (*primary utility*) suatu barang, melainkan

---

<sup>46</sup> "Definisi & Arti FLEX | Dictionary.Com," n.d.

<sup>47</sup> M R Rafi, "Conspicuous Consumption Sebagai Gaya Hidup Gen Z Pada Komunitas Motor Sportbike Addict Indonesia" (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2023), 29.

lebih kepada tujuan untuk memperlihatkan kekayaan, status sosial, dan tingkat finansial mereka (*secondary utility*).<sup>48</sup>

Keinginan untuk memiliki kekayaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan menikmati kenyamanan hidup, tetapi juga menjadi alat untuk mendapatkan pengakuan sosial. Dalam karyanya, Thorstein Veblen mengajukan pertanyaan mendasar, yaitu "Bagaimana seseorang bisa dihargai oleh orang lain?". Menurutnya, jawabannya terletak pada "kepemilikan kekayaan." Harta benda menjadi tolok ukur kehormatan, martabat, dan status sosial seseorang di tengah masyarakat. Gagasan Veblen ini masih sangat relevan dalam memahami realitas sosial saat ini.<sup>49</sup> Di era modern, ketika pandangan materialistis semakin mengakar dalam pola pikir manusia, hampir segala sesuatu diukur berdasarkan aspek materi dan kepemilikan kekayaan, sebagaimana yang banyak terlihat di kehidupan masa kini.

### 3. Sejarah *Flexing* di Media Sosial

Akibat pandemi covid-19 yang melanda berbagai belahan dunia berdampak besar terhadap aktivitas masyarakat, mulai dari himbauan untuk tetap di rumah, pembatasan interaksi fisik, hingga pembatalan kontrak kerja bagi sebagian individu menyebabkan terganggunya akses dalam mencari nafkah. Akibatnya, banyak orang kehilangan pekerjaan dan mengalami pengangguran selama masa pandemi.

Sejak pandemi COVID-19 melanda, masyarakat berusaha menemukan cara alternatif agar tetap dapat beraktivitas tanpa harus meninggalkan rumah atau

---

<sup>48</sup> Rafi, 30.

<sup>49</sup>Syarifah Fatimah, Oggy Maulidya, and Perdana Putri, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1206.

berinteraksi langsung dengan orang lain. Dalam situasi ini, media sosial menjadi pilihan utama yang memungkinkan individu untuk tetap terhubung dan menjalankan berbagai kegiatan meskipun terbatas oleh kondisi pandemi. Jika sebelumnya media sosial hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, kini perannya semakin luas, termasuk sebagai *platform* untuk mencari penghasilan. Bahkan, dalam beberapa tahun terakhir, media sosial semakin sering digunakan sebagai wadah untuk menunjukkan gaya hidup dan memperlihatkan kekayaan, yang kemudian dikenal dengan istilah *flexing culture*.<sup>50</sup>

Istilah *flexing* menjadi populer setelah Prof. Rhenald Kasali membahas dan mengkritisi dua YouTuber, Doni Salmanan dan Indra Kenz, yang viral karena memamerkan kekayaan mereka. Prof. Rhenald menyoroti tindakan kedua influencer tersebut, yang dinilai tidak masuk akal mengingat usia mereka yang masih 20-an namun memiliki kekayaan hingga miliaran rupiah. Ia mencurigai adanya motif tertentu di balik perilaku mereka, yang kemudian terbukti benar setelah diketahui bahwa Doni Salmanan dan Indra Kenz terlibat dalam kasus judi online berkedok *trading binary option*. Keduanya mempromosikan *platform* yang berbeda, yakni Doni Salmanan dengan Quotex dan Indra Kenz dengan Binomo.<sup>51</sup>

*Flexing* pada zaman modern kini yang dilakukan oleh para “*sultan*” atau *crazy rich*” dengan cara mengunggahnya ke media sosial, tentunya akan sangat mudah dilakukan dan dapat dilihat oleh para pengguna internet di seluruh dunia. Di era modern seperti saat ini, kehidupan sangat mementingkan *prestise*, mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan sebuah kehormatan atau wibawa, hal

---

<sup>50</sup> Novita Risnawati, “Peran Media Sosial Dimasa Pandemi Untuk Kemajuan Perekonomian di Masyarakat,” *Jurnal Simki Economic* 4, no. 1 (2021): 37.

<sup>51</sup> Afwa Zilal Ajidin and Nafkhatul Wahidah, “Fenomena Flexing di Media Sosial dan Kaitannya Dengan Israf,” *Islamic Busines and Finance (IBF)*. 13, no. 1 (2023): 4.

demikian diperoleh jika seseorang tersebut mampu memiliki berbagai hal, misalnya ketika seseorang mampu memiliki sebuah barang-barang yang *branded* dengan harga fantastis.<sup>52</sup> Saat ini, para pelaku yang gemar melakukan *flexing*, bukan lagi hanya sebatas pamer kekayaan, tetapi kini mulai beralih menjadi sebuah perilaku konyol dan terkesan berlebihan. Pelaku *flexing* sering sekali membuat konten yang berisi hal-hal mubadzir, diantaranya membuang uang, menghancurkan barang-barang mewah, melempar handpone mahal, mencoret-coret mobil mewah, dan lain-lain.

### C. Faktor-faktor Pendorong *Flexing*

Ada beberapa faktor yang menyebabkan seseorang berperilaku *flexing*, baik di dunia maya maupun di dunia nyata, yaitu:

#### 1. Pengaruh media sosial.

Media sosial memainkan peran signifikan dalam memicu perilaku *flexing*. Kemampuan untuk membagikan kehidupan pribadi secara instan dan terkesan glamor di media sosial seringkali mendorong individu untuk memamerkan aspek kekayaan dan kemewahan dalam hidup mereka.<sup>53</sup>

#### 2. *Insecure*

Perasaan kurang percaya diri dan cenderung minder dapat diartikan sebagai ketakutan terhadap sesuatu yang dipicu oleh ketidakpuasan terhadap realitas diri dan keraguan terhadap kemampuan sendiri. Akibatnya, individu merasa keberadaannya kurang dihargai atau kurang dianggap penting oleh orang lain membuat mereka berupaya untuk membanggakan diri. Membanggakan diri ini

<sup>52</sup> Galuh Kusuma Hapsari, "Fenomena Flexing Pada Media Sosial ( Analisa Podcast Youtube Rhenald Kasali Dan Deddy Corbuzier )," *Compediart* 1, no. 2 (2024): 2.

<sup>53</sup> Mega Ayu Muliana Saragih et al., "Terpaan Media Sosial dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa," *Jurnal Professional* 9, no. 1 (2022): 185.

mengarah pada kesombongan, dimana seseorang menganggap dirinya sebagai yang paling berprestasi dan merasa selalu benar dibandingkan orang lain.

### 3. Strategi marketing

Banyak dari perusahaan-perusahaan di era sekarang memanfaatkan media sosial sebagai tempat pemasaran agar dapat menarik minat masyarakat dalam berinvestasi. Namun, sebagian orang menyalahgunakan strategi ini untuk investasi bodong.

### 4. Faktor lingkungan

Kepribadian dapat dibentuk melalui dampak dari lingkungan sekitar. Tekanan dari lingkungan sekitar berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang yang ingin dihargai melalui sanjungan. Pada fase ini, para pemuda menghalalkan berbagai cara untuk menampilkan versi terbaik, meskipun harus berperilaku kurang baik dengan melakukan tindakan *flexing*. Contohnya adanya tuntutan gaya hidup dalam pergaulan yang bisa menyebabkan seseorang melakukan tindakan *flexing*.

### 5. Kurangnya empati dan kepedulian terhadap sekitar

Orang yang gemar melakukan *flexing* tidak menyadari bahwa ada orang yang tidak nyaman dan merasa terganggu atas perbuatan mereka.<sup>54</sup>

## **D. Dampak Perilaku *Flexing***

Terjadinya fenomena *flexing* memunculkan dampak terhadap diri sendiri dan orang lain, dampak tersebut bisa membawa kepada hal yang positif maupun hal negatif. Perilaku *flexing* dilihat dari sudut pandang positif, perilaku tersebut dapat menjadi penyemangat dan motivasi kepada diri sendiri atas apa yang telah dicapai serta menjadi inspirasi kepada orang lain untuk bisa mencapai hasil yang diinginkan.

---

<sup>54</sup> Fatimah, Maulidya, and Putri, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam," 1207.

Namun, jika dilihat dari sudut pandang negatif, perilaku *flexing* dapat mengakibatkan seseorang yaitu:

1. Mengakibatkan seseorang menjadi boros dikarenakan tuntutan untuk bergaya hidup mewah agar mendapat pengakuan dari orang lain.
2. Orang yang *flexing* akan menghalalkan segala cara agar menarik perhatian orang lain salah satunya meminjam uang lewat pinjol untuk membiayai gaya hidup yang sebenarnya di luar kemampuan mereka. Ketika pinjaman tersebut sulit dilunasi, mereka bahkan melakukan tindakan tidak jujur, seperti melakukan penipuan demi mempertahankan gaya hidup mewah.
3. Dampak negatif terakhir dari perilaku *flexing* yaitu hilangnya rasa empati terhadap orang lain. Orang yang hanya fokus pada pamer dan memikirkan dirinya sendiri cenderung tidak peduli dengan kondisi atau perasaan orang sekitarnya. Mereka lebih sibuk mencari pengakuan daripada membantu atau memperhatikan kebutuhan orang lain. Akibatnya, hubungan sosial menjadi renggang dan mereka kehilangan kepekaan terhadap lingkungan sekitar.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>Jawade Hafidz, "Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana," *Jurnal Cakrawala Informasi* 2, no. 1 (2022): 13–14.