

**PRAKTIK FLEXING DI INSTAGRAM PADA IBU DALAM
KATEGORI GENERASI Z: STUDI FENOMENOLOGI DI
DESA SUNGAIBUNTU KABUPATEN KARAWANG**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Bidang Sosiologi**

Disusun Oleh:

Siti Sahdilah

NIM 21107020053

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4047/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : PRAKTIK FLEXING DI INSTAGRAM PADA IBU DALAM KATEGORI GENERASI
Z: STUDI FENOMENOLOGI DI DESA SUNGAIBUNTU KABUPATEN
KARAWANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI SAHDILAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21107020053
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Agus Saputro, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a7c2a8d235e9



Penguji I
B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a6a7e1d157b



Penguji II
Dr. Yayan Suryana, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 6a7b0c18234f



Yogyakarta, 28 Juli 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a7c362a23409

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Siti sahdilah

Nim : 21107020053

Program Studi : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Praktik Flexing di Instagram pada Ibu Dalam Kategori Generasi Z: Studi Fenomenologi di Desa Sungaibuntu Kabupaten Karawang** ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya penelitian orang lain

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 20 Juli 2026

Yogyakarta, 20 Juli 2026
10000
METERAI
40000
3E88BA0X107454875
Siti sahdilah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp :

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Siti sahdilah

NIM : 21107020053

Prodi : Sosiologi

Judul : Praktik Flexing di Instagram Pada Ibu Dalam Kategori Generasi Z: Studi Fenomenologi di Desa Sungaibuntu Kabupaten Karawang

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi Sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 20 Juli 2025

Pembimbing


Agus Saputro, S.Sos., M.Si
NIP. 199001132018011003

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada perjuangan yang sia-sia bagi mereka yang terus berusaha dan percaya pada proses”.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku yang dengan kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayang mereka yang telah membentuk diriku hingga mencapai titik ini. Semoga kebahagiaan kalian menjadi alasan setiap pencapaianku. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya atas semua dukungan, semangat, dan bantuan yang selalu ada, baik itu berupa perhatian, motivasi, maupun dukungan finansial, sehingga saya bisa menyelesaikan studi ini.

Karya ini saya persembahkan juga untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang, bertahan, dan terus melangkah meskipun menghadapi banyak tantangan selama proses penulisan skripsi ini. Terimakasih karena tidak menyerah, terus berusaha, dan berhasil melewati setiap tahap hingga akhirnya mencapai titik penyelesaian ini. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah baik berikutnya di masa depan.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi saya, bapak Agus saputro, S.sos., M.Si yang telah meluangkan waktunya, memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dengan sabar selama saya menyusun skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, motivasi, dan dukungan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'Alamin, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat. Hidayah, serta karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Praktik Flexing Di Instagram Pada Ibu Generasi Z: Studi Fenomenologi Di Desa Sungaibuntu Kabupaten Karawang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Seluruh dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan, kesempatan dalam berbagai pengalaman kegiatan dan motivasi pada saat kuliah
4. Bapak Agus Saputro, S.sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan kesabaran dalam mendampingi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teruntuk Bapak Situn dan Ibu Idah, terima kasih atas doa, dukungan moral motivasi, serta segala bantuan yang tidak pernah putus sejak awal studi hingga terselesaikannya skripsi ini. Berkat mereka saya masih bisa berdiri di titik ini.

6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pelayanan selama penulis menempuh perkuliahan
7. Para informan, yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan memberikan data yang sangat berarti bagi penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan Angkatan Sosiologi 2021, yang selalu hadir memberi semangat, ruang untuk berbagi keresahan, diskusi tanpa batas, serta tawa yang membuat perjalanan skripsi tidak terasa sendirian. Dukungan mereka menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan lebih mudah dijalani ketika dikelilingi orang-orang yang tulus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian Sosiologi, dan menambah wawasan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 Mei 2026



Siti sahdilah

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang praktik flexing di media sosial Instagram yang dilakukan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z yang tinggal di Desa Sungaibuntu, Kabupaten Karawang. Fenomena flexing adalah salah satu jenis perilaku sosial di zaman digital yang terlihat melalui postingan tentang gaya hidup, pencapaian, atau tanda-tanda status sosial di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang mendorong orang melakukan flexing, jenis konten yang mereka tunjukkan, perbedaan antara citra diri di Instagram dengan kenyataan sehari-hari, serta pengaruh praktik flexing terhadap kehidupan sosial orang-orang yang melakukannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengamati postingan di Instagram, melalui wawancara mendalam dengan sembilan informan yang terdiri dari Orang Tua muda yang masih utuh, Orang Tua Single parent, dan kelompok Orang Tua dengan ekonomi rendah, serta mengumpulkan dokumentasi berupa tangkapan layar dari media sosial. Data dianalisis melalui langkah-langkah fenomenologi dan diteliti menggunakan teori dramaturgi dari Erving Goffman.

Penelitian menunjukkan bahwa orang-orang melakukan praktik flexing sebagai cara untuk mendapatkan pengakuan, membangun citra diri, dan menunjukkan status sosial yang baik di masyarakat maupun di media digital. Bentuk flexing yang ada tidak hanya terlihat dari barang-barang mahal, tetapi juga dari kegiatan keluarga, rumah baru, kendaraan, acara-acara, sehingga cara hidup sehari-hari yang ditampilkan dengan cara yang menarik di Instagram. Penelitian ini juga menemukan bahwa ada perbedaan antara kehidupan sebenarnya dan gambaran yang ditunjukkan di media sosial. Beberapa informan berusaha mengelola kesan dengan menunjukkan sisi terbaik dari kehidupan mereka. Selain itu, praktik flexing memiliki dampak sosial yang membuat tekanan dari lingkungan semakin tinggi, munculnya keinginan untuk diakui, dan kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain. Penelitian ini menyatakan bahwa instagram telah menjadi identitas dan menjaga keberadaan sosial mereka di zaman digital.

Kata Kunci: Flexing, Instagram, Orang Tua Generasi Z, Dramaturgi, Media Sosial.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Penelitian.....	9
F. Landasan Teori.....	18
G. Teori Dramaturgi Erving Goffman.....	27
H. Kerangka Berpikir.....	32
I. Metode Penelitian	33
J. Sistematika Penulisan	49
BAB II GAMBARAN UMUM DESA SUNGAIBUNTU KABUPATEN	
KARAWANG.....	51
A. Gambaran Umum Desa Sungaibuntu	51

B.	Gambaran Umum Flexing di Desa Sungaibuntu	64
C.	Pusat Belanja Dan Liburan Desa Sungaibuntu.....	67
D.	Profil Informan.....	72
BAB III TEMUAN PENELITIAN DAN DESAKRIPSI PRAKTIK		
	FLEXING DI INSTAGRAM	80
A.	Faktor Pendorong Praktik Flexing	80
B.	Bentuk Kegiatan Serta Jenis Konten Dalam Praktik Flexing	92
C.	Perbedaan Antara Citra Diri di Instagram Dan Realitas kehidupan Sehari-hari.....	101
D.	Dampak Dari Praktik Flexing	111
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS..... 118		
A.	Analisis Dramaturgi Praktik Flexing Pada Ibu Dalam Kategori Generasi Z di Instagram	118
B.	Presentasi Diri Pada Ibu Dalam Kategori Generasi Z Melalui Praktik Flexing di Instagram.....	127
C.	Manajemen Kesan Pada Ibu Kategori Generasi Z dalam Menampilkan Citra Diri di Instagram	130
D.	Stigma terhadap Praktik Flexing Pada Ibu Dalam Kategori Generasi Z di Instagram	134
E.	Keterkaitan Kondisi Keagamaan dengan Praktik <i>Flexing</i> di Instagram	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 138		
A.	Kesimpulan	138
B.	Saran	139
DAFTAR PUSTAKA..... 141		

LAMPIRAN-LAMPIRAN	146
CURRICULUM VITAE.....	150



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Kecamatan Pedes Desa Sungaibuntu	51
Gambar 2 Gapura Desa Sungaibuntu	55
Gambar 3 Masjid Jamie Al-Istiqomah Desa Sungaibuntu.....	60
Gambar 4 Spot Foto Pantai Samudra Baru.....	65
Gambar 5 Penarik Delman Di Pantai	66
Gambar 6 Warung Dan Tempat Makan Seafood	66
Gambar 7 Toko Sederhana Rengasdengklok.....	67
Gambar 8 Ria Busana Rengasdengklok	68
Gambar 9 Spot Pakaian Ria Busana.....	69
Gambar 10 Tempat Bermain Anak	69
Gambar 11 Taman Hud-Hud Rengasdengklok.....	70
Gambar 12 Kolam Renang Hud-Hud.....	71
Gambar 13 Spot Foto Di Hud-Hud	71
Gambar 14 Stand Makanan Pengunjung	71
Gambar 15 Postingan Ibu Dan Anak.....	94
Gambar 16 Foto Bekerja Di Alfamart.....	94
Gambar 17 Foto Liburan Ibu Dan Anak.....	103
Gambar 18 Gorengan Yang Di Jual	103
Gambar 19 Wawancara Dengan Ibu AN.....	148
Gambar 20 Wawancara Dengan Ibu TM.....	148
Gambar 21 Wawancara Dengan Ibu PI.....	148
Gambar 22 Wawancara Dengan Ibu NP	148
Gambar 23 Wawancara Dengan Ibu MI.....	149
Gambar 24 Wawancara Dengan Ibu N.....	149
Gambar 25 Wawancara Dengan Ibu H.....	149

DAFTAR TABEL

Tabel 01. Luas Wilayah Desa Sungaibuntu.....	53
Tabel 02. Iklim Wilayah Desa Sungaibuntu.....	54
Tabel 03. Batas Wilayah Desa Sungaibuntu	55
Tabel 04. Jumlah Penduduk Desa Sungaibuntu	56
Tabel 05. Jenis Mata Pencaharian Masyarakat Desa Sungaibuntu	57
Tabel 06. Kelompok Orang Tua Utuh.....	74
Tabel 07. Kelompok Orang Tua Single Parent.....	76
Tabel 08. Kelompok Orang Tua Ekonomi Rendah Dan Mendapat Bantuan BLT.....	79
Tabel 09. Jadwal Kegiatan Observasi Peneliti	146
Tabel 10. Jadwal Wawancara Dengan Informan.....	146



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan tersebut telah mengubah lanskap komunikasi massa serta memunculkan prediksi mengenai menurunnya dominasi media konvensional, seperti televisi, radio, dan surat kabar. Kondisi ini mendorong perlunya transformasi media sebagai bentuk inovasi melalui pemanfaatan teknologi digital, sehingga media mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan perilaku masyarakat. Dalam era digital, setiap individu memiliki kesempatan untuk menjadi produsen sekaligus pengelola media secara mandiri melalui akses internet. Selain itu, media sosial juga menyediakan ruang yang luas bagi penggunanya untuk mengekspresikan pendapat, berbagi informasi, serta berpartisipasi dalam interaksi publik, baik dengan menggunakan identitas asli maupun identitas anonim. Salah satu platform media sosial yang mengalami perkembangan pesat adalah Instagram. Platform ini dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, termasuk lembaga, organisasi, instansi pemerintah, maupun masyarakat umum di Indonesia, sebagai sarana komunikasi, promosi, pemasaran, penyebaran informasi, serta pembentukan dan penguatan citra (branding). Data pengguna Instagram yang paling banyak adalah dari kalangan Generasi Z dengan usia 18 hingga 24 tahun. Di kalangan usia 13-17 tahun, jumlah pengguna Instagram mencapai 14,30% , untuk usia 18-24 tahun mencapai 38,10%, usia 25-34 tahun mencapai 28,80%, sedangkan pada usia 35-44 tahun

sebesar 11,60%.¹ Pada awal peluncurannya, Instagram diperkenalkan khusus untuk pengguna iOS pada bulan Oktober 2010, dan kemudian diperluas ke sistem operasi Android pada bulan April 2012.²

Di era perkembangan teknologi digital, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena kemudahan akses dan penggunaannya. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, yang tidak hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial. Menurut Lilis dan Yugih, Instagram menjadi wadah yang mempermudah komunikasi serta interaksi antarpengguna. Pada awalnya, Instagram dikembangkan sebagai platform untuk berbagi foto dan video. Namun, seiring perkembangannya, Instagram juga dimanfaatkan sebagai sarana membangun citra diri. Konten yang diunggah umumnya telah melalui proses penyuntingan (editing) agar lebih menarik, sekaligus menampilkan kesan kebahagiaan, keberhasilan, dan gaya hidup tertentu. Tidak sedikit pengguna yang menghabiskan waktu dan biaya untuk menciptakan konten yang menarik, seperti mengunjungi kafe, berwisata, membeli barang bermerek, atau menikmati makanan di restoran. demi memperoleh unggahan yang dianggap pantas untuk diposting di Instagram.³

Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis foto dan video yang memiliki tingkat penggunaan tinggi di Indonesia. Berdasarkan data We Are Social, Instagram menempati urutan kedua

¹ Evayanti Yuliana Putri Dan Dien Vidia Rosa, "Flexing Sebagai Simulasi Mesin Hasrat Dan Fragmentasi Tubuh Generasi Z," *Jurnal Socius: Journal Of Sociology Research And Education* 11, No. 1 (2024): 14–24, <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.622>.

² Dafi Thoriq Hunaifi, "Analisis Tren Penggunaan Filter Digital Pada Pengguna Media Sosial Instagram Di Indonesia," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, No. 6 (2023): 4541, <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2831>.

³ Raka Rizq Ramadhan Dan Nanik Indarwati, "Flexing Melalui Instagram (Studi Pada Persepsi Mahasiswa Unsi Samarinda)," *Nubuwwah : Journal Of Communication And Islamic Broadcasting* 2, No. 01 (2024): 1–17.

sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 88,4%, setelah WhatsApp. Sebagai media berbagi foto dan video, Instagram menyediakan berbagai fitur, seperti *feed*, *Instagram Stories*, *Reels*, dan siaran langsung (*live streaming*). Selain itu, platform ini juga dilengkapi dengan fitur *like*, komentar, dan berbagi (*share*) yang mendukung interaksi antarpengguna serta meningkatkan penyebaran konten. Fasilitas ini memungkinkan para pengguna untuk saling berkomunikasi mengenai berbagai unggahan.⁴ Melalui platform ini, praktik *flexing* memperoleh ruang yang luas untuk berkembang karena mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar serta memperoleh pengakuan sosial melalui jumlah *likes*, komentar, dan pengikut (*followers*). Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi momen, tetapi juga sebagai ruang untuk menampilkan identitas, membangun citra diri, serta merepresentasikan status sosial dan pencapaian pribadi secara visual.

Flexing merupakan istilah yang berasal dari budaya populer Amerika yang merujuk pada perilaku memamerkan kekayaan, pencapaian, atau gaya hidup kepada publik, terutama melalui media sosial. Pada awalnya, istilah *flexing* berarti "mengangkat otot", namun maknanya berkembang menjadi tindakan menampilkan citra diri dengan menggunakan berbagai simbol status sosial untuk memperoleh perhatian dan pengakuan dari orang lain. Di platform seperti Instagram, praktik *flexing* umumnya diwujudkan melalui unggahan yang menampilkan barang bermerek, aktivitas wisata, gaya hidup, maupun pencapaian pribadi. Fenomena ini tidak hanya dilakukan oleh individu dengan kondisi ekonomi tinggi, tetapi

⁴ Keyrina Adinda, "Flexing Di Instagram: Antara Narsisisme Dan Benefit," *Emik* 6, No. 1 (2023): 68–90, <https://doi.org/10.46918/Emik.V6i1.1787>.

juga oleh masyarakat dari berbagai latar belakang yang berupaya menampilkan versi terbaik dirinya di ruang digital. Menurut Lim (2020), motivasi utama praktik *flexing* adalah keinginan untuk memperoleh pengakuan dan validasi sosial di era digital. Praktik ini umumnya dilakukan dengan menampilkan simbol-simbol kekayaan atau gaya hidup tertentu, yang dalam beberapa kasus tidak selalu mencerminkan kondisi sebenarnya. *Flexing* juga dapat dipahami sebagai upaya membangun citra diri melalui representasi status sosial demi memperoleh perhatian dan pengakuan dari orang lain. Menariknya, perilaku tersebut sering kali berbeda dengan individu yang memiliki kekayaan secara nyata, yang cenderung lebih menjaga privasi dan tidak secara terbuka memamerkan aset atau gaya hidupnya. *Flexing* dianggap sebagai tren yang penuh dengan dramatisasi dan sikap angkuh, tidak semua orang yang terlihat benar-benar kaya memiliki kekayaan. Oleh karena itu, individu yang gemar menunjukkan harta dan kemewahan di platform media sosial seringkali dipandang sebagai orang yang bersikap sombong.⁵

Menurut pemberitaan Kompas.com (3 September 2025), fenomena *flexing* di media sosial tidak selalu memberikan dampak positif terhadap kesehatan mental. Psikolog klinis Maria Fionna Callista menjelaskan bahwa paparan konten yang menampilkan gaya hidup mewah, pencapaian, maupun liburan secara berlebihan dapat mendorong perilaku membandingkan diri, menurunkan rasa syukur, serta memicu perasaan iri dan *fear of missing out* (FOMO). Kondisi tersebut berpotensi mengurangi kepuasan hidup dan, apabila berlangsung secara terus-menerus, dapat meningkatkan risiko stres, kecemasan, hingga depresi. Oleh sebab itu,

⁵ Umi Rojati Dan Noor Afifah, "Analisis Fenomena Flexing: Keterkaitan Antara Gaya Hidup Dan Popularitas," *Komsospol* 4, No. 1 (2024): 38–47, <https://doi.org/10.47637/Komsospol.V4i1.1220>.

Fionna menekankan pentingnya membatasi akses terhadap konten *flexing* dengan cara mengurangi atau membatasi paparan konten *flexing* di media sosial, memilih konten yang bermanfaat, serta selalu mengingat bahwa apa yang ditampilkan oleh orang lain belum tentu sepenuhnya benar.⁶

Dalam konteks pedesaan seperti Desa Sungaibuntu, praktik *flexing* tidak selalu diwujudkan melalui kepemilikan barang-barang mewah sebagaimana yang banyak ditemukan di wilayah perkotaan. Sebaliknya, *flexing* lebih sering ditampilkan melalui simbol-simbol sederhana yang memiliki makna sosial di lingkungan setempat, seperti mengunggah motor baru hasil kredit, dokumentasi hajatan keluarga yang meriah, atau berbagai pencapaian yang dianggap bernilai oleh masyarakat. Melalui Instagram, simbol-simbol tersebut menjadi sarana untuk merepresentasikan keberhasilan, membangun citra diri, serta memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitar.

Generasi Z merupakan kelompok pertama yang dijuluki sebagai generasi digital. Mereka lahir bersama dengan hadirnya teknologi internet, sehingga membentuk karakter individu yang paham teknologi membuatnya lebih cepat beradaptasi dan lebih mengerti.⁷ Fenomena *flexing* di media sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya pada Ibu dalam kategori Generasi Z. Salah satu faktor yang mendorong praktik tersebut adalah keinginan untuk membangun citra diri sebagai individu yang berhasil menjalankan peran sebagai Ibu sekaligus mampu mengikuti perkembangan gaya hidup di era digital. Selain itu, kebutuhan akan

⁶ Kumala Dewi Bestari Patricia Devi, "5 Dampak Konten Flexing Di Media Sosial Pada Kesehatan Mental, Termasuk Menurunkan Kepuasan Hidup," N.D., <https://Lifestyle.Kompas.Com/Read/2025/09/06/131248620/5-Dampak-Konten-Flexing-Di-Media-Sosial-Pada-Kesehatan-Mental-Termasuk?Page=2>.

⁷ Mohammad Hariyono Arik Dan Hengki Hendra Pradana, "Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z," *Psycho Aksara : Jurnal Psikologi* 2, No. 1 (2024): 29–36, <https://Doi.Org/10.28926/Pyschoaksara.V2i1.1341>.

pengakuan sosial juga menjadi pendorong penting. Melalui unggahan yang menampilkan aktivitas keluarga, kepemilikan barang, atau momen tertentu, mereka berharap memperoleh respons positif berupa *likes*, komentar, dan pengikut sebagai bentuk apresiasi dari pengguna lain. Di samping itu, lingkungan sosial, baik di dunia nyata maupun media sosial, turut mempengaruhi perilaku tersebut karena adanya dorongan untuk menampilkan kehidupan yang dianggap ideal, sukses, dan sesuai dengan ekspektasi masyarakat. Selain itu, budaya *influencer* di media sosial turut mempengaruhi praktik *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z. Para *influencer* dan selebgram sering dijadikan sebagai panutan dalam gaya hidup, pola konsumsi, maupun cara menampilkan kehidupan di media sosial. Kondisi tersebut mendorong sebagian ibu muda untuk meniru konten dan gaya hidup yang dianggap ideal agar memperoleh pengakuan sosial serta dipersepsikan sebagai pribadi yang modern dan berhasil, meskipun representasi tersebut tidak selalu mencerminkan kondisi ekonomi yang sebenarnya.

Penelitian ini memfokuskan perhatian pada Instagram karena platform tersebut merupakan media sosial yang paling relevan dengan praktik *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Instagram menyediakan berbagai fitur, seperti *feed*, *Stories*, *Reels*, dan siaran langsung (*live*), yang memungkinkan pengguna menampilkan gaya hidup, aktivitas keluarga, serta simbol-simbol status sosial melalui konten visual yang menarik. Karakteristik tersebut menjadikan Instagram sebagai ruang yang mendukung praktik presentasi diri dan pembentukan citra di media sosial. Sementara itu, platform lain seperti X (sebelumnya Twitter), YouTube, dan Facebook dinilai kurang sesuai karena memiliki karakteristik penggunaan yang berbeda. X lebih berorientasi pada

komunikasi berbasis teks, YouTube memerlukan proses produksi konten yang lebih kompleks, sedangkan Facebook saat ini lebih banyak digunakan oleh kelompok usia yang lebih dewasa. Oleh karena itu, Instagram dipilih sebagai fokus penelitian karena memiliki karakteristik yang paling sesuai untuk mengkaji praktik *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z. Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai praktik *flexing* di Instagram pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu, Kajian ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan berbagi aktivitas sehari-hari, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra diri, merepresentasikan status sosial, dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pola interaksi Ibu dalam kategori Generasi Z di era digital serta mengungkap bagaimana media sosial mendorong mereka menampilkan identitas dan kehidupan yang ideal, yang tidak selalu mencerminkan kondisi sebenarnya. Oleh karenanya peneliti mengangkat judul “ Praktik Flexing Di Instagram Pada Ibu Dalam Kategori Generasi Z: Studi Fenomenologi Di Desa Sungaibuntu Kabupaten Karawang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dalam penelitian ini terdapat pertanyaan yaitu Bagaimana praktik *flexing* di media sosial Instagram pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam kajian ini disusun untuk memberikan arah yang jelas dalam proses pengumpulan data dan analisis, sehingga hasil yang diperoleh mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis faktor-faktor yang mendorong Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu melakukan *flexing* di Instagram
2. Mengidentifikasi bentuk praktik *flexing* serta jenis konten yang diunggah oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Instagram.
3. Menjelaskan mengenai perbedaan antara citra diri yang ditampilkan di Instagram dengan realitas kehidupan sehari-hari.
4. Menganalisis dampak praktik *flexing* terhadap kehidupan sosial Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu.
5. Mengetahui keterkaitan agama dalam praktik *flexing* Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu

D. Manfaat Penelitian

Dilihat dari dua sisi manfaat penelitian tersebut, yaitu teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu sosiologi, khususnya dalam kajian mengenai praktik *flexing* di media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis serta memperkaya kajian dalam bidang sosiologi budaya, sosiologi keluarga, dan sosiologi media digital, terutama yang berkaitan dengan praktik

presentasi diri dan pembentukan citra di kalangan ibu muda kategori Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Orang Tua

Menjadi panduan untuk mendukung anak dalam menciptakan citra diri yang baik di platform media sosial, serta membimbing penggunaan instagram ke arah yang lebih konstruktif

b. Bagi Generasi Z pada Umumnya

Untuk mendorong Generasi Z agar menggunakan media sosial dengan cara yang kreatif tanpa terpengaruh oleh tekanan untuk memperlihatkan citra diri yang berlebihan

c. Bagi Stakeholder dan Pemerintah desa

Memberikan bahan masukan untuk membangun lingkungan digital yang positif, sehat, terbuka, dan terhindar dari tekanan sosial yang negatif

d. Bagi Dunia Pendidik

Dapat menjadi acuan bagi pendidik dalam menyusun bahan literasi digital, etika pembangunan media, dan pembentukan karakter di era media sosial

E. Kajian Penelitian

Pertama, penelitian tentang *flexing* di media sosial terutama di platform Instagram telah meningkat terutama dikalangan Generasi Z. Penelitian sebelumnya yaitu Adjiwibowo et.al.(2023), dengan judul “Fenomena *Flexing* dan Fomo di Instagram: Persepsi Generasi Z terhadap Akun

Instagram @siscakohl, @zhafiraiha, dan @jeromepolin”. Hasil dari penelitian tersebut tentang pengaruh *flexing* dan FOMO (*Fear Of Missing Out*) dari sudut pandang pengguna dengan fokus pada akun selebgram seperti @siscakohl, @zhafiraiha, dan @jeromepolin. Kajian peneliti terdahulu yaitu lebih menyoroti efek psikologis dan sosial dari konten *influencer* terhadap Generasi Z.⁸ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah adanya pengaruh media sosial terhadap fenomena *flexing*. Namun, perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah peneliti fokus pada bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu melihat *flexing* sebagai usaha aktif untuk meningkatkan status sosial, bukan hanya respon terhadap konten viral. Pendekatannya menentukan Ibu dalam kategori Generasi Z sebagai pelaku utama *flexing* dan menggambarkan makna sosial dari gaya hidup yang ditampilkan. Penelitian ini juga memberikan pandangan baru tentang konteks sosial pada Generasi Z pada kelompok orang tua di Desa Sungaibuntu yang kurang dieksplorasi.

Kedua, kajian tentang media sosial dan pembentukan citra diri di zaman digital semakin banyak dibahas, terutama berkaitan dengan Generasi Z yang berkembang di tengah budaya visual. Seperti peneliti sebelumnya yaitu Cantika dan Yonavilbia (2025) dengan judul “Perspektif Generasi Z Pada Personal Branding Akun Instagram “*The Connell Twins*””. Penelitian terdahulu mengungkapkan bagaimana cara *The Connell Twins* mempresentasikan personal branding mereka di Instagram yang berdampak pada Generasi Z dalam pembentukan pandangan diri dan gaya hidup. Hal ini seringkali membuat mereka terpengaruh untuk mengikuti

⁸ Alisha Adjiwibowo Et Al., “Fenomena Flexing Dan Fomo Di Instagram: Persepsi Generasi Z Terhadap Akun Instagram @Siscakohl, @Zhafiraiha, Dan @Jeromepolin,” *Jurnal Interaksi Sosiologi* 2, No. 2 (2023): 62–69.

standar yang tidak realistis.⁹ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah dalam hal menyoroti media sosial sebagai wadah untuk membentuk identitas sosial dan budaya pencitraan diri. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah peneliti lebih memanfaatkan Instagram untuk menunjukkan status sosial lewat praktik *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu.

Ketiga, kedua penelitian ini mengkaji fenomena sosial yang sedang berlangsung, berhubungan dengan cara orang terutama pada Generasi Z untuk membangun dan mengekspresikan identitas sosial mereka melalui benda atau saluran tertentu. Seperti penelitian sebelumnya dari Muhammad Fathur Ramadhan (2024) dengan judul “Konstruksi Identitas Sosial Melalui Penggunaan *iPhone* Pada Mahasiswa Universitas Fajar”. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa pemanfaatan *iPhone* sebagai simbol dalam pembentukan identitas sosial di kalangan siswa Universitas Fajar.¹⁰ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah keduanya menerapkan pendekatan kualitatif, sebagai sarana untuk memperoleh pengakuan sosial, membentuk citra diri, dan mendukung status sosial. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah peneliti lebih mengamati praktik *flexing* di Instagram pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu sebagai cara untuk mengekspresikan status sosial.

Keempat, di era digital yang kian berfokus pada visual, platform media sosial seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk berbagi pengalaman, tetapi juga sebagai arena penting untuk membangun

⁹ Ratna Cantika Dan Eka Yonavilbia, “Perspektif Generasi Z Pada Personal Branding Akun Instagram The Connell Twins,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)* 5, No. 2 (2025): 184–91, <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/375>.

¹⁰ Muhammad Fathur Rahman Et Al., “Konstruksi Identitas Sosial Melalui Penggunaan *iPhone* Pada Mahasiswa Universitas Fajar Social Identity Construction Through *iPhone* Use In Fajar University Students,” *Cite This: J.SST* 4, No. 1 (2024): 95–101, <http://journal.unifa.ac.id/index.php/jssehttp://dx.doi.org/10.31960/tea.v5i1>.

identitas pribadi dan status sosial. Seperti penelitian sebelumnya dari Ganjar Wibowo (2025) dengan judul “Citra *Crazy Rich* Indonesia Di Instagram Melalui Perspektif Structuralism Pierre Bourdieu”. Penelitian terdahulu menekankan cara Instagram dipakai sebagai sarana untuk membangun dan menunjukkan status sosial lewat tampilan kehidupan yang glamor.¹¹ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah keduanya membahas peran media sosial khususnya Instagram, dalam bentuk citra diri dan status sosial melalui keestetikaan dalam pencitraan diri, kesamaan terlihat dalam visualisasi kekayaan untuk menunjukkan status. Namun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah peneliti lebih fokus pada Ibu dalam kategori Generasi Z yang mencari pengakuan sosial, sementara studi dari peneliti terdahulu mengkaji tentang individu publik yang sudah mapan secara finansial.

Kelima, di zaman modern sekarang yang serba digital ini platform media sosial berfungsi sebagai sarana utama untuk membangun identitas dan citra diri, terutama di kalangan Generasi Z dan selebriti. Seperti penelitian sebelumnya dari Nike Firnanda Dwi Amelia (2025) dengan judul “Analisis Identitas *Online* Prilly Latuconsina dalam Membangun Citra Publik di Instagram”. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada strategi membangun citra pribadi tokoh masyarakat melalui konten visual dan cerita untuk menghasilkan pandangan baik di hadapan banyak orang.¹² Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah kedua studi ini menggunakan metode kualitatif serta teori Dramaturgi dari Erving Goffman untuk menganalisis cara citra diri terbentuk di media

¹¹ Citra Crazy Et Al., “Jurnal Cyber Pr” 5, No. 1 (2025): 14–33.

¹² Nike Firnanda Dwi Amelia, Sevia Nur Fadhillah, Dan Poppy Febriana, “Analysis Of Prilly Latuconsina’s Online Identity In Building Public Image On Instagram Analisis Identitas Online Prilly Latuconsina Dalam Membangun Citra Publik Di Instagram” 0672, No. OIIF (2025): 196–202, <https://Pssh.Umsida.Ac.Id>.

sosial yang dianggap sebagai panggung depan. Kesamaan antara kedua penelitian ini adalah terletak pada fungsi media sosial sebagai tempat untuk mengekspresikan identitas dan menunjukkan simbol status sosial. Namun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah terletak pada objek yang diteliti peneliti lebih menyoroti pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu yang berusaha mendapatkan pengakuan dari masyarakat digital, sedangkan peneliti terdahulu meneliti selebriti yang secara sadar membangun citra profesional mereka melalui strategi komunikasi digital.

Keenam, dalam era di mana media sangat mendominasi kehidupan kaum muda, kedua studi ini menunjukkan pengaruh platform seperti Instagram terhadap cara mereka membentuk identitas diri dan posisi sosial. Penelitian sebelumnya dari Agung Subakti (2025) dengan judul “Antara *Like* dan *Self-Worth*: Dampak Media Sosial Terhadap Konsep Diri dan Produktivitas Mahasiswa”. Penelitian sebelumnya ini menunjukkan bagaimana interaksi sosial dalam dunia digital seperti *like*, dan komentar mempengaruhi harga diri serta kinerja akademis mahasiswa, dengan fokus pada validasi eksternal dan dukungan sosial *online*.¹³ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah membahas pengaruh platform media sosial terhadap pembentukan jati diri dan bagaimana eksistensi individu dinilai melalui interaksi secara digital. Namun perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti adalah terletak pada fokus utamanya, peneliti lebih fokus pada cara menunjukkan status sosial melalui tampilan visual di Instagram, sementara peneliti terdahulu

¹³ Rafi Bagus, Adi Wijaya, Dan Agung Subakti, “Antara Like Dan Self-Worth: Dampak Media Sosial Terhadap Konsep Diri Dan Produktivitas Mahasiswa,” *JKPI: Jurnal Konseling Dan Psikologi Indonesia* 1, No. 1 (2025): 39–54, <https://doi.org/10.58472/Konselia.V1i1.10>.

meneliti tentang keterkaitan antara pengakuan sosial, rasa harga diri dan prestasi akademik mahasiswa dari sudut pandang yang lebih psikologis.

Ketujuh, kedua penelitian ini mengkaji fenomena *flexing* di platform media sosial, khususnya Instagram, tetapi dengan perspektif dan metode yang berbeda. Penelitian sebelumnya dari Hengki Hendra Pradana (2024) dengan judul “ Fenomena *Flexing* Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z”. Penelitian sebelumnya ini lebih fokus pada pengertian psikologis terkait motivasi dan pandangan individu dari Generasi Z mengenai *flexing*, seperti perasaan tidak percaya diri, keinginan untuk diterima, manipulasi diri, serta tekanan dari lingkungan sosial.¹⁴ Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti adalah perhatian yang diberikan kepada Generasi Z serta pengaruh media sosial dalam pembentukan identitas diri. Di sisi lain, perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah peneliti lebih mengarah pada aspek sosiologis dengan mengamati *flexing* sebagai metode untuk menunjukkan status sosial, sementara penelitian terdahulu bersifat psikologis, menyoroti dinamika emosional dan pandangan pribadi yang mendasari perilaku *flexing*.

Kedelapan, di era digital yang kaya akan visual, platform media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai tempat untuk mengembangkan identitas serta mempengaruhi kondisi mental penggunanya, terutama di antara Generasi Z. Penelitian sebelumnya dari Ria Yuliana (2024) dengan judul “Media Sosial Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Sosial Generasi Z (Usia Remaja)”. Penelitian sebelumnya ini menekankan aspek psikologis dengan memperhatikan bagaimana frekuensi pemakaian media sosial, terutama melihat konten pencapaian orang lain, bisa menyebabkan rasa cemas, kurang percaya diri,

¹⁴ Arik dan Pradana, “Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z.”

dan tekanan dari lingkungan sosial pada kaum remaja.¹⁵ Persamaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah keduanya terletak pada perhatian terhadap pengaruh media sosial pada kalangan Generasi Z dan fungsi Instagram sebagai sarana pembentukan citra diri. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah pada pendekatan dan tujuan, peneliti lebih fokus pada strategi membangun citra diri demi mendapatkan pengakuan dalam masyarakat, sedangkan penelitian terdahulu lebih menekankan pada dampak buruk media sosial terhadap kesehatan psikologis.

Kesembilan, zaman di mana media sosial makin maju, platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk membagikan momen, tetapi juga sebagai arena yang signifikan untuk menunjukkan identitas dan posisi sosial, terutama pada kalangan Generasi Z. Penelitian sebelumnya dari Muhammad Hartono (2024) dengan judul “Individualitas yang terawasi: Dinamika *Flexing* pada Pemuda Generasi Z di Instagram”. Penelitian sebelumnya ini lebih menekankan bagaimana *flexing* berfungsi sebagai cara untuk mengekspresikan diri di tengah tuntutan sosial dan pengawasan yang dihasilkan oleh media sosial, seperti algoritma dan kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*).¹⁶ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah penelitian ini mengkaji fenomena *flexing* pada kalangan kelompok Orang Tua Generasi Z dan menyoroti fungsi Instagram sebagai sarana untuk mengekspresikan diri serta cara dalam membangun citra diri. Namun, perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah ada pada cara pandang peneliti mengambil sudut pandang sosiologis dengan menekankan pada pengakuan sosial, sementara peneliti

¹⁵ Arik dan Pradana.

¹⁶ Arik dan Pradana.

terdahulu mengintegrasikan teori individualisasi dan kontrol sosial, dengan menyoroti konflik antara kebebasan untuk mengekspresikan diri dan tekanan yang muncul dari media sosial itu sendiri.

Kesepuluh, di era media sosial yang dipenuhi dengan pencitraan, budaya *flexing* atau menunjukkan kekayaan ini menjadi fenomena yang semakin menonjol, baik sebagai cara untuk membangun citra diri maupun sebagai strategi manipulatif. Penelitian sebelumnya dari Nurma Yuwita (2022) dengan judul “Dramaturgi: Budaya *Flexing* Berkedok Penipuan di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz dan Doni Salmanan)”. Penelitian terdahulu mengkaji kasus indra kenz dan doni salmanan yang memanfaatkan *flexing* sebagai sarana untuk menipu masyarakat dalam promosi investasi yang tidak sah, dengan menggunakan pendekatan teori dramaturgi Erving Goffman untuk menyelidiki perbedaan antara citra publik dan citra di balik layar yang mereka tunjukkan.¹⁷ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah kesamaan di antara keduanya menekankan pada budaya *flexing* atau menunjukkan kekayaan di platform media sosial dan penerapan teori dramaturgi dari Erving Goffman sebagai metode untuk analisis. Namun, perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah terletak pada konteks dan tujuan, peneliti melihat *flexing* sebagai cara Generasi Z untuk mengekspresikan diri dalam menciptakan citra diri, sementara penelitian terdahulu menganggap *flexing* sebagai bentuk penipuan yang merugikan orang lain secara legal dan finansial.

Kesebelas, penelitian terdahulu dengan peneliti sama-sama mengkaji terkait dengan *flexing* di media sosial. Penelitian sebelumnya dari Kasuda

¹⁷ Nurma Yuwita, Naili Mauhibatillah, Dan Himmatul ‘Ulyah, “Dramaturgi: Budaya *Flexing* Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan),” *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media* 7, No. 1 (2022): 01–14, <https://doi.org/10.33884/Commed.V7i1.6602>.

ragil, dan Reva mahendra (2024) dengan judul “ Fenomena *Flexing* Di Media Sosial”. Penelitian terdahulu mengkaji tentang fenomena *flexing* di media sosial dapat dilihat menggunakan perspektif teori komunikasi, khususnya determinisme teknologi dan difusi inovasi, serta mengaitkannya dengan perilaku *self-disclosure*. Kajian ini mengungkapkan faktor-faktor sosial dan psikologis yang mendorong orang untuk melakukan *flexing* termasuk keinginan akan pengakuan sosial, ketidakamanan, dan pengaruh dari lingkungan sosial.¹⁸ Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah fokus pada objek yang sama, yaitu perilaku *flexing* dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama serta keduanya menerapkan metode pendekatan kualitatif. Namun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah dalam penelitian terdahulu bersifat umum di berbagai platform media sosial sedangkan untuk peneliti lebih spesifik pada satu platform saja yaitu Instagram.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa fenomena *flexing* di media sosial, khususnya Instagram, telah banyak dikaji dari berbagai perspektif, seperti psikologi, budaya populer, perilaku konsumtif, dan *personal branding*. Namun, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan memfokuskan kajian pada praktik *flexing* yang dilakukan oleh ibu muda kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas *flexing* sebagai dampak dari tren media sosial atau pengaruh *influencer*, penelitian ini memandang *flexing* sebagai bentuk presentasi diri dan strategi pengelolaan kesan (*impression management*) untuk membangun citra serta memperoleh pengakuan sosial di lingkungan pedesaan. Dengan

¹⁸ Ragil Kasuda dan Reva Mahendra, “Fenomena Flexing di Media Sosial,” *Blantika: Multidisciplinary Journal* 3, no. 1 (2024): 211–17, <https://doi.org/10.57096/blantika.v3i1.266>.

menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana Instagram dimanfaatkan sebagai panggung depan (*front stage*) dalam menampilkan identitas sosial, sementara kehidupan sehari-hari menjadi panggung belakang (*back stage*). Fokus pada ibu muda kategori Generasi Z dalam konteks masyarakat pedesaan menjadikan penelitian ini memiliki kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian sosiologi media digital, sosiologi keluarga, dan sosiologi budaya, sekaligus memperkaya literatur mengenai praktik *flexing* di Indonesia.

F. Landasan Teori

1. Definisi Konseptual

a. *Flexing*

Istilah *flexing* berasal dari kata *flex* yang pada awalnya berarti tindakan mengencangkan otot untuk menunjukkan kekuatan fisik. Menurut Dictionary.com, istilah tersebut berkembang dari bahasa gaul (*slang*) yang digunakan oleh komunitas kulit hitam di Amerika Serikat sejak tahun 1990-an untuk menggambarkan tindakan memamerkan keberanian, kepemilikan, atau pencapaian tertentu. Seiring perkembangan waktu, makna *flexing* mengalami pergeseran menjadi perilaku yang menunjukkan kekayaan, gaya hidup, atau status sosial sebagai upaya membangun citra diri dan memperoleh pengakuan dari orang lain. Istilah ini semakin populer sejak tahun 2014 melalui lagu *No Flex Zone* yang dipopulerkan oleh Rae Sremmurd, sehingga penggunaannya semakin luas, terutama dalam konteks media sosial sebagai bentuk representasi

identitas dan simbol status sosial. *Flex Zone* yang dibawakan oleh Rae Sremmurd. Lagu tersebut melukiskan kondisi sosial ketika seseorang tak perlu berlagak atau pamer agar mendapat pengakuan dari orang lain, melainkan cukup menjadi apa adanya.¹⁹ *Flexing* merupakan perilaku sosial yang dilakukan individu dengan sengaja menampilkan kekayaan, pencapaian, gaya hidup, atau simbol status sosial untuk membangun citra diri di hadapan orang lain. Perilaku ini umumnya bertujuan memperoleh pengakuan, perhatian, dan validasi sosial. Dalam konteks media sosial, praktik *flexing* semakin mudah dilakukan karena pengguna memiliki ruang untuk membagikan berbagai aspek kehidupannya kepada khalayak. Meskipun sering dipersepsikan sebagai bentuk pamer, *flexing* juga dapat dipahami sebagai bentuk presentasi diri (*self-presentation*) dalam menampilkan pencapaian atau identitas yang ingin diperlihatkan kepada publik.

Adapun macam-macam indikator *flexing* dari jurnal atau penelitian terdahulu sebagai berikut:

- 1) Menunjukkan gaya hidup di media sosial. Menurut Putri Ramadhani Utami, *flexing* merupakan perilaku yang dapat memengaruhi keharmonisan rumah tangga, bahkan berpotensi menjadi salah satu faktor yang memicu perceraian, khususnya di lingkungan pedesaan seperti Kecamatan Karangmoncol. Praktik *flexing* ditandai dengan kecenderungan individu atau pasangan menampilkan gaya

¹⁹ Galuh Kusuma Hapsari, "Fenomena Flexing Pada Media Sosial (Analisa Podcast Youtube Rhenald Kasali Dan Deddy Corbuzier)," *Compediart* 1, No. 2 (2024): 71–78.

hidup di media sosial melalui unggahan barang-barang bernilai, aktivitas konsumtif, maupun berbagai simbol yang menggambarkan kehidupan yang dianggap mapan dan berkecukupan. Perilaku tersebut dilakukan untuk membangun citra diri serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Fenomena tersebut dapat menimbulkan tekanan ekonomi dalam rumah tangga karena pasangan terdorong untuk memenuhi standar gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, meskipun tidak sesuai dengan kondisi keuangan yang sebenarnya. Selain itu, praktik *flexing* juga berpotensi memunculkan kecemburuan sosial akibat kecenderungan membandingkan kehidupan dengan orang lain yang dipersepsikan lebih berhasil. Kondisi tersebut dapat memicu ketidakpuasan, konflik, dan menurunkan keharmonisan dalam hubungan rumah tangga. Tekanan untuk mempertahankan citra diri di hadapan orang lain dapat meningkatkan beban psikologis maupun finansial, karena individu merasa terdorong untuk terus menampilkan gaya hidup yang terlihat mapan meskipun tidak sesuai dengan kondisi ekonomi yang sebenarnya. Kondisi tersebut berpotensi memicu konflik, perselisihan, hingga menurunkan keharmonisan rumah tangga. Dengan demikian, perilaku *flexing* dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi munculnya ketidakharmonisan dalam kehidupan keluarga di zaman digital.²⁰

²⁰ Putri Ramadani Utami, "Program Bimbingan Perkawinan Dalam Upaya Menyiapkan Keluarga Harmonis Di Kua Karangmoncol 1 Kabupaten Purbalingga," *Skripsi*, 2024.

2) Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu Indikator *flexing* dalam jurnal “*Flexing* Sebagai Habitus: Analisis Praktik Sosial Perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap” terlihat dari beberapa aspek penting. Pertama, kebiasaan masyarakat Bugis yang mengedepankan tradisi menunjukkan perhiasan emas, pakaian mewah, dan barang bermerek dalam interaksi sosial. Kedua, penggunaan modal ekonomi melalui akuisisi dan bahkan pinjaman barang-barang mewah untuk meningkatkan kedudukan sosial. Ketiga, pemanfaatan modal sosial yang terdiri dari dukungan keluarga dan hubungan dekat guna mendapatkan barang-barang prestisius yang bisa ditunjukkan. Keempat, modal budaya yang menunjukkan bahwa memiliki pendidikan tinggi tidak secara otomatis berpengaruh pada status sosial, tetapi lebih kepada nilai dari kekuatan ekonomi dan gaya hidup konsumtif. Kelima, penerapan modal simbolik berupa perhiasan emas, model glamor, dan barang-barang mewah yang berfungsi sebagai simbol prestise, kesuksesan, serta pengakuan dari masyarakat. Keenam, tempat praktik yang sering kali terjadi pada acara-acara seperti pernikahan, aqiqahan, khataman, dan juga di media sosial sebagai wadah utama untuk mempertunjukkan status.²¹

²¹ Aaisyah Yulindasari, Buchari Mengge, Dan Ridwan Syam, “Flexing Sebagai Habitus: Analisis Praktik Sosial Perempuan Bugis Di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap,” *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara* 3, No. 2 (2024): 187–98, <https://doi.org/10.55123/Sabana.V3i2.4128>.

- 3) Dalam jurnal Siti Aisyah (2025), indikator *flexing* dijelaskan melalui perilaku yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk memperlihatkan apa yang dimiliki secara berlebihan agar mendapatkan pengakuan dari masyarakat. Pertama, *flexing* muncul dari kebiasaan individu yang secara mencolok menunjukkan kelebihan yang dimiliki, seperti kekayaan, penampilan, atau pencapaian pribadi, dengan tujuan untuk mengukuhkan identitas diri dan meningkatkan status sosialnya. Kedua, indikasi ini juga terlihat dari kecenderungan untuk terus-menerus berbicara mengenai kelebihan dirinya, terutama saat ia merasa kurang mendapatkan perhatian atau respon yang diinginkan dari orang lain, sehingga pembicaraannya selalu berfokus pada pencitraan diri. Ketiga, *flexing* ditandai oleh usaha untuk dipandang oleh orang lain, dengan cara memamerkan sesuatu yang sebenarnya melebihi kapasitas dirinya, sehingga menciptakan kesan yang berlebihan dan tidak tulus. Oleh karena itu, indikator *flexing* dalam penelitian ini menekankan pada perilaku pamer, pencarian validasi dari orang lain, serta kecenderungan untuk mempertahankan citra diri secara tidak realistis.²²
- 4) Berdasarkan jurnal “Fenomena Perilaku *Flexing* terhadap Aktivitas Jogging pada Generasi Z” indikator *flexing* dapat dipahami melalui sejumlah aspek, meliputi: Indikator praktik *flexing* meliputi kecenderungan menampilkan

²² Siti Aisyah_Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Flexing Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Dengan Literasi Keuangan Sebagai Varabel Moderasi,” 2025.

kekayaan, pencapaian, atau gaya hidup melalui media sosial sebagai bentuk representasi status sosial dan identitas diri. Selain itu, praktik *flexing* juga ditandai oleh kebutuhan yang tinggi akan pengakuan sosial sehingga individu cenderung bergantung pada validasi dari orang lain. Perilaku tersebut dapat disertai dengan rendahnya kepercayaan diri yang mendorong individu membangun citra diri yang dipersepsikan lebih berhasil atau ideal. Selanjutnya, praktik *flexing* juga ditunjukkan oleh kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain serta keinginan untuk merepresentasikan kehidupan yang dianggap lebih baik melalui berbagai simbol status sosial. Dalam kondisi tertentu, penilaian orang lain menjadi tolok ukur utama dalam pembentukan harga diri, sehingga individu berupaya mempertahankan citra positif di media sosial dan berpotensi mengalami hambatan dalam membangun hubungan sosial yang autentik jika tidak dapat memenuhi standar *flexing*.²³

Berdasarkan beberapa jurnal dan penelitian terdahulu, praktik *flexing* umumnya dianalisis dari perspektif psikologi dan perilaku konsumsi. Kajian-kajian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek psikologis individu serta kecenderungan konsumtif yang mendorong munculnya praktik *flexing*. Beberapa indikator yang sering digunakan meliputi rendahnya kepercayaan diri, kebutuhan akan pengakuan sosial, kecenderungan membandingkan diri

²³ Muh Wahyuddin Et Al., “Fenomena Perilaku Flexing Terhadap Aktivitas Joging Pada Generasi Z,” *Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 3, No. 3 (2025): 228–35.

dengan orang lain, keinginan memiliki atau menampilkan barang-barang bernilai tinggi, serta perilaku konsumtif untuk membangun kesan sebagai individu yang mapan. Dengan demikian, penelitian-penelitian terdahulu lebih berfokus pada faktor psikologis dan perilaku konsumsi sebagai dasar dalam menjelaskan praktik *flexing*.

Namun, penelitian ini lebih memfokuskan kajian pada praktik *flexing* sebagai tindakan sosial yang dilakukan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Dalam konteks masyarakat pedesaan, praktik *flexing* tidak hanya diwujudkan melalui kepemilikan barang-barang mewah, tetapi juga melalui berbagai simbol yang memiliki nilai sosial di lingkungan setempat sebagai bentuk presentasi diri dan upaya memperoleh pengakuan sosial. Misalnya, Ibu muda mengunggah foto rumah yang baru direnovasi, perabot rumah tangga yang diperoleh melalui kredit, kepemilikan sepeda motor, atau dokumentasi kegiatan keluarga seperti hajatan, aqiqah, dan rekreasi ke destinasi wisata lokal. Berbagai unggahan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi aktivitas, tetapi juga sebagai simbol keberhasilan dan kemampuan mengikuti perkembangan gaya hidup di era digital meskipun berada di lingkungan pedesaan. Dengan demikian, berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih menitikberatkan pada aspek psikologis dan perilaku konsumtif, penelitian ini menempatkan praktik *flexing* sebagai strategi sosial yang digunakan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, serta menegaskan

identitasnya melalui media sosial Instagram dalam konteks kehidupan masyarakat Desa Sungaibuntu.

b. Peran Ibu

Ibu merupakan salah satu aktor utama dalam keluarga yang memiliki peran penting dalam pengasuhan, pendidikan, dan pembentukan karakter anak. Selain bertanggung jawab memenuhi kebutuhan dasar anak, Ibu juga berperan dalam menanamkan nilai-nilai moral, sosial, dan budaya sejak usia dini. Dalam perspektif sosiologi keluarga, Ibu merupakan agen sosialisasi primer yang berperan memperkenalkan norma, nilai, dan pola perilaku kepada anak melalui interaksi sehari-hari. Peran tersebut menjadikan Ibu tidak hanya sebagai pengasuh, tetapi juga sebagai teladan dalam membentuk perkembangan emosional, sosial, dan intelektual anak. Seiring berkembangnya teknologi digital, Ibu dalam kategori Generasi Z juga memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, sehingga cara mereka membangun citra diri dan berinteraksi di ruang digital turut menjadi bagian dari dinamika peran sosial dalam keluarga karena sikap dan perilaku mereka akan menjadi cerminan bagi anak-anak mereka.²⁴

c. Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir setelah Generasi Milenial, umumnya pada rentang pertengahan 1990-an hingga awal 2012-an. Generasi ini tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, internet, dan media sosial, sehingga dikenal sebagai *digital natives* yang telah terbiasa

²⁴ Rinaldi, *Sosiologi Keluarga*, vol. 17, 1385.

menggunakan perangkat digital dan berbagai platform media sosial sejak usia dini. Karakteristik Generasi Z antara lain memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, terbiasa berkomunikasi secara visual dan interaktif, serta mampu mengakses informasi dengan cepat melalui berbagai media digital. Di sisi lain, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga menjadikan Generasi Z lebih rentan terhadap tekanan sosial di ruang digital, seperti keinginan memperoleh pengakuan, membangun citra diri, dan menampilkan kehidupan yang dianggap ideal. Dalam penelitian ini, fokus kajian diarahkan pada ibu dalam kategori Generasi Z yang memanfaatkan Instagram sebagai ruang untuk melakukan presentasi diri dan membangun pengakuan sosial melalui praktik *flexing*, serta potensi gangguan dalam berkonsentrasi akibat penggunaan perangkat yang berlebihan.²⁵

d. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video yang dapat diakses melalui perangkat iOS maupun Android. Sejak diluncurkan, Instagram dirancang untuk memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video, menambahkan filter, menulis keterangan (*caption*), menandai lokasi, serta membagikan konten kepada pengikut maupun platform media sosial lainnya. Seiring perkembangannya, Instagram menghadirkan berbagai fitur, seperti *Feed*, *Stories*, *Reels*, *Live*, dan *Direct Message*, yang memudahkan pengguna berinteraksi,

²⁵ Yuyu Krisdiyansah dan Arif Rahman Hakim, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z," *Tanzhimuna* 2, no. 2 (2023): 190–203, <https://doi.org/10.54213/tanzhimuna.v2i02.180>.

berkomunikasi, serta membagikan berbagai aktivitas secara visual. Selain itu, Instagram menyediakan pengaturan privasi, pembatasan interaksi, serta fitur verifikasi akun untuk meningkatkan keamanan dan keaslian identitas pengguna. Beragam fitur tersebut menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media komunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang bagi pengguna untuk membangun citra diri, menampilkan identitas sosial, dan memperoleh pengakuan dari khalayak. Oleh karena itu, Instagram menjadi platform yang relevan untuk mengkaji praktik *flexing*, khususnya pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana presentasi diri. Instagram telah menjadi salah satu media sosial terpenting dalam membentuk interaksi, representasi diri, dan budaya visual di era digital ini.²⁶

G. Teori Dramaturgi Erving Goffman

1. Dramaturgi

Untuk memahami bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu memanfaatkan Instagram sebagai media untuk melakukan praktik *flexing*, penelitian ini menggunakan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman sebagai pisau analisis. Teori dramaturgi memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan, di mana setiap individu berperan sebagai aktor yang berupaya menampilkan citra diri tertentu di hadapan

²⁶ The Parent's Guide To Instagram, "The Parent's Guide To Instagram," *Connectsafely Journal* 1, No. 1 (2016): 1–4.

khalayak. Menurut Goffman, kehidupan sosial terbagi ke dalam dua wilayah, yaitu panggung depan (*front stage*), tempat individu menampilkan diri sesuai dengan harapan sosial, dan panggung belakang (*back stage*), yaitu ruang ketika individu dapat menampilkan perilaku yang lebih alami tanpa tuntutan untuk mempertahankan citra di hadapan publik. Dengan demikian, perilaku sosial dipahami bukan sekadar sebagai tindakan spontan, melainkan sebagai bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan individu untuk memperoleh penerimaan dan pengakuan dari orang lain. Dalam penelitian ini, teori dramaturgi digunakan untuk menganalisis bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu membangun citra diri melalui unggahan di Instagram sebagai bagian dari praktik *flexing* dalam konteks masyarakat pedesaan.²⁷

2. Panggung Depan (*Front Stage*)

Dalam teori dramaturgi Erving Goffman, panggung depan (*front stage*) merupakan ruang di mana individu menampilkan diri di hadapan khalayak sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Pada tahap ini, individu secara sadar mengatur penampilan, perilaku, bahasa, serta simbol-simbol tertentu untuk menciptakan kesan yang positif dan memperoleh penerimaan dari orang lain. Dalam konteks penelitian ini, panggung depan diwujudkan melalui aktivitas Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu ketika menggunakan Instagram untuk mengunggah foto, video, *Stories*, maupun *Reels* yang menampilkan berbagai simbol keberhasilan,

²⁷ George Ritzer - Douglas J. Goodman, *Teori sosiologi*, n.d.

seperti kepemilikan barang tertentu, kegiatan keluarga, atau aktivitas rekreasi. Unggahan tersebut merupakan bentuk presentasi diri yang dirancang untuk membangun citra sebagai individu yang berhasil, harmonis, dan mengikuti perkembangan gaya hidup, sehingga memperoleh pengakuan sosial dari pengguna media sosial maupun lingkungan sekitarnya.

3. Panggung belakang (*Back Stage*)

Dalam teori dramaturgi Erving Goffman, panggung belakang (*back stage*) merupakan ruang di mana individu tidak lagi berada di hadapan khalayak sehingga dapat menampilkan dirinya secara lebih alami tanpa tuntutan untuk mempertahankan citra tertentu. Pada tahap ini, individu bebas mengekspresikan kondisi, perasaan, dan realitas kehidupan yang sebenarnya, yang sering kali berbeda dengan penampilan yang ditunjukkan di ruang publik. Dalam konteks penelitian ini, *back stage* menggambarkan kehidupan sehari-hari Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu yang tidak selalu ditampilkan melalui Instagram. Kondisi ekonomi keluarga, tantangan dalam mengasuh anak, aktivitas domestik, maupun berbagai keterbatasan yang dihadapi merupakan bagian dari *back stage* yang umumnya tidak dipublikasikan kepada pengguna media sosial. Dengan demikian, *back stage* menjadi ruang yang memperlihatkan realitas kehidupan di balik citra ideal yang ditampilkan melalui praktik *flexing* di Instagram.

4. Presentasi Diri (*self-presentation*)

Presentasi diri (*self-presentation*) merupakan upaya yang dilakukan individu untuk menampilkan identitas dan membentuk kesan tertentu di hadapan orang lain melalui perilaku, penampilan, maupun cara berkomunikasi. Menurut Erving Goffman, setiap individu secara sadar mengelola cara dirinya ditampilkan agar sesuai dengan citra yang ingin dibangun serta harapan lingkungan sosial. Melalui proses tersebut, individu berusaha memperoleh penerimaan, penghargaan, dan pengakuan dari orang lain. Dalam konteks penelitian ini, presentasi diri terlihat pada cara Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu memanfaatkan Instagram untuk menampilkan berbagai aspek kehidupannya, seperti aktivitas keluarga, penampilan, kepemilikan barang tertentu, maupun kegiatan sehari-hari. Berbagai unggahan tersebut merupakan bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) yang bertujuan membangun citra sebagai individu yang berhasil, harmonis, dan mengikuti perkembangan zaman. Dengan demikian, presentasi diri tidak hanya berfungsi sebagai sarana mengekspresikan identitas, tetapi juga sebagai strategi sosial untuk memperoleh pengakuan dan membentuk persepsi positif di lingkungan masyarakat maupun di media sosial.

5. Manajemen Kesan (*impression management*)

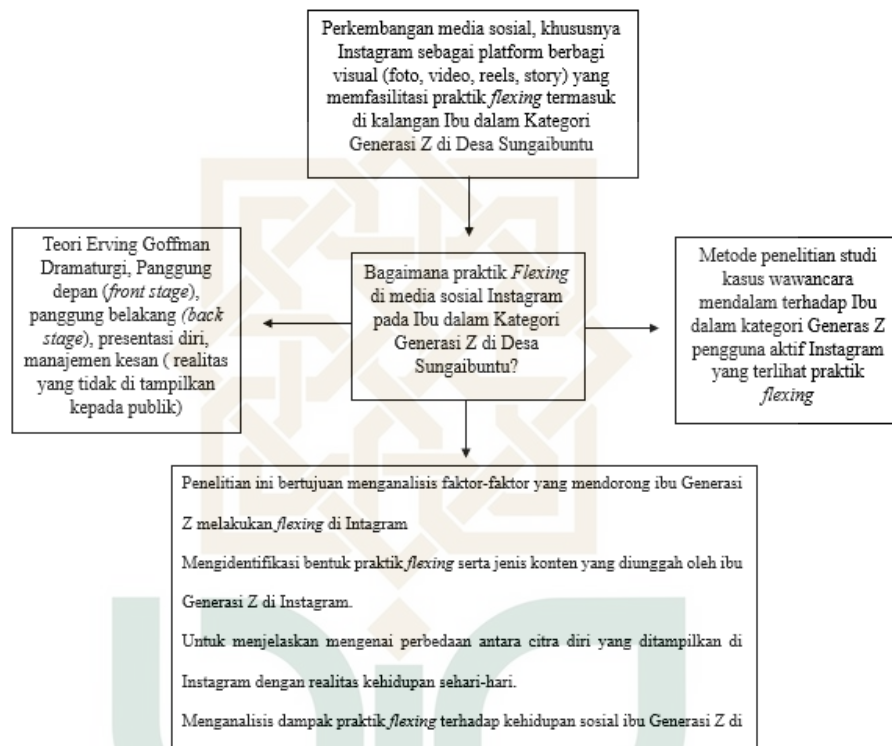
Manajemen kesan (*impression management*) merupakan proses ketika individu secara sadar mengatur perilaku, penampilan, dan cara berinteraksi untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan orang lain. Menurut Erving Goffman, individu berupaya mengendalikan informasi mengenai dirinya agar memperoleh

penilaian yang positif dan sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Oleh karena itu, manajemen kesan menjadi bagian penting dari interaksi sosial karena setiap individu berusaha memengaruhi cara orang lain memandang dirinya. Dalam konteks penelitian ini, manajemen kesan terlihat pada cara Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu memanfaatkan Instagram untuk memilih dan menampilkan konten yang dianggap mampu membangun citra positif. Unggahan mengenai aktivitas keluarga, kepemilikan barang tertentu, rekreasi, maupun momen-momen yang dipersepsikan sebagai simbol keberhasilan merupakan bentuk pengelolaan kesan agar memperoleh pengakuan, perhatian, dan penilaian yang baik dari pengguna media sosial maupun lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, praktik *flexing* di Instagram dapat dipahami sebagai salah satu bentuk manajemen kesan yang dilakukan untuk membangun identitas dan mempertahankan status sosial di ruang digital.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

H. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini memiliki kerangka berpikir yang akan digambarkan pada bagian berikut ini:



Praktik *flexing* di media sosial, khususnya Instagram, semakin banyak dijumpai pada kalangan Generasi Z. Perilaku ini ditandai dengan kecenderungan individu menampilkan berbagai bentuk kepemilikan, aktivitas, gaya hidup, maupun pencapaian secara visual sebagai upaya membangun identitas dan memperoleh pengakuan sosial di ruang digital. Dalam perspektif teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, media sosial dipandang sebagai panggung depan (*front stage*), tempat individu berperan sebagai aktor yang melakukan manajemen kesan (*impression management*) melalui berbagai unggahan yang telah dipilih dan disusun secara sadar untuk menampilkan citra diri yang diinginkan. Untuk mendukung penampilan tersebut, individu memanfaatkan berbagai

simbol yang memiliki makna sosial sesuai dengan lingkungan tempat mereka berada. Dalam konteks masyarakat pedesaan, simbol tersebut tidak selalu berupa barang-barang mewah, tetapi dapat berupa kepemilikan sepeda motor, dokumentasi kegiatan keluarga, aktivitas rekreasi, maupun berbagai bentuk pencapaian yang dipersepsikan sebagai simbol keberhasilan. Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini memandang praktik *flexing* sebagai bentuk presentasi diri yang dilakukan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu melalui Instagram untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, dan menegaskan identitasnya dalam kehidupan bermasyarakat.

I. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell (2012), pendekatan fenomenologi bertujuan untuk memahami dan mengungkap makna dari pengalaman hidup individu terhadap suatu fenomena yang dialaminya. Pendekatan ini berakar pada pemikiran Edmund Husserl yang menekankan pentingnya memahami pengalaman subjektif individu melalui proses *epoche* atau *bracketing*, yaitu upaya peneliti menanggukuhkan asumsi, prasangka, dan penilaian pribadi agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman partisipan. Pendekatan fenomenologi dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memahami makna praktik *flexing* di Instagram berdasarkan pengalaman ibu dalam kategori Generasi Z di Desa

Sungaibuntu sebagai pelaku yang mengalaminya secara langsung (*epoche*).²⁸

Pendekatan fenomenologi dipilih karena sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu dalam memaknai dan menjalankan praktik *flexing* di Instagram. Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti berupaya mengungkap makna yang terkandung di balik pengalaman para informan, meliputi motivasi, alasan, serta pengalaman mereka dalam menampilkan diri melalui media sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami praktik *flexing* bukan hanya sebagai fenomena yang tampak di media sosial, tetapi juga sebagai pengalaman hidup yang dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, interaksi dengan lingkungan, dan cara individu membangun identitas serta memperoleh pengakuan sosial.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sungaibuntu, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang. Lokasi penelitian dipilih karena desa tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu terdapat Ibu dalam kategori Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Meskipun merupakan wilayah pedesaan dengan karakteristik sosial yang berbeda dari masyarakat perkotaan, penggunaan Instagram di Desa Sungaibuntu cukup tinggi dan dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, berbagi aktivitas sehari-hari, serta menampilkan berbagai bentuk presentasi diri melalui media sosial. Pemilihan Desa Sungaibuntu sebagai lokasi penelitian juga

²⁸ Marijke Kars, "Fenomenologie," *TVZ - Verpleegkunde in praktijk en wetenschap* 133, no. 1 (2023): 56–57, <https://doi.org/10.1007/s41184-023-1791-3>.

didasarkan pada kondisi sosial masyarakat setempat. Berdasarkan data Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kabupaten Karawang yang dikutip dalam *Jurnal Ilmu Pemerintahan* (2023), angka pernikahan usia dini di Kabupaten Karawang masih tergolong tinggi. Kondisi tersebut menyebabkan banyak perempuan memasuki peran sebagai ibu pada usia muda dan termasuk dalam kategori Generasi Z. Karakteristik tersebut menjadikan Desa Sungaibuntu relevan sebagai lokasi penelitian untuk memahami pengalaman Ibu dalam kategori Generasi Z dalam memanfaatkan Instagram sebagai media presentasi diri melalui praktik *flexing*. Di tahun 2021 tercatat lebih dari 400 kasus pernikahan dini, dengan Kecamatan Cilamaya Wetan daerah yang dekat dengan Desa Sungaibuntu menjadi salah satu kontribusi utama.²⁹ Kondisi tersebut mengakibatkan munculnya Ibu dalam kategori Generasi Z yang memasuki peran sebagai orang tua pada usia muda. Fenomena ini melahirkan dinamika sosial yang khas, terutama dalam cara mereka memanfaatkan media sosial sebagai sarana berinteraksi, membangun citra diri, dan memperoleh pengakuan sosial. Oleh karena itu, Desa Sungaibuntu menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z memanfaatkan Instagram sebagai media presentasi diri melalui praktik *flexing*, serta bagaimana praktik tersebut dimaknai dalam konteks kehidupan masyarakat pedesaan.

²⁹ Rachmat Ramdani, Cucu Sugiarti, Dan Rizzka Aulia Anggriani, "Pencegahan Pernikahan Usia Dini Melalui Program Pusat Informasi Dan Konseling Remaja (Pik-R) Di Dinas Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Karawang," *Journal Of Government Science (Govsci) : Jurnal Ilmu Pemerintahan* 4, No. 1 (2023): 17–31, <https://doi.org/10.54144/Govsci.V4i1.41>.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Ibu dalam kategori Generasi Z yang berdomisili di Desa Sungaibuntu serta aktif menggunakan media sosial Instagram dan terlibat dalam praktik *flexing*. Informan penelitian dipilih secara *purposive* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kategori pertama adalah Ibu yang masih berstatus menikah, berusia 18–26 tahun, berdomisili di Desa Sungaibuntu, serta aktif menggunakan Instagram dengan frekuensi unggahan minimal dua kali dalam satu bulan. Pada kategori ini, informan umumnya mengunggah berbagai aktivitas keluarga, pengasuhan anak, maupun momen kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan praktik *flexing*. Oleh karena itu, kategori ini dipilih untuk memahami bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial melalui Instagram dalam konteks kehidupan keluarga di masyarakat pedesaan.

Kategori kedua adalah Ibu tunggal (*single parent*), yaitu Ibu dalam kategori Generasi Z yang berusia 18–26 tahun, berdomisili di Desa Sungaibuntu, serta membesarkan anak tanpa pasangan. Informan pada kategori ini berstatus janda, baik karena perceraian maupun ditinggal meninggal oleh pasangan, atau merupakan Ibu yang memiliki anak di luar ikatan pernikahan. Selain itu, mereka aktif menggunakan Instagram dengan frekuensi unggahan minimal dua kali dalam satu bulan. Pada kategori ini, informan umumnya mengunggah berbagai aktivitas bersama anak, kehidupan sehari-hari, maupun pengalaman sebagai Ibu tunggal. Kategori ini dipilih karena pengalaman sebagai Ibu tunggal dapat memengaruhi cara mereka melakukan presentasi

diri, membangun citra, serta memperoleh pengakuan sosial melalui praktik *flexing* di Instagram.

Kategori ketiga didasarkan pada kondisi ekonomi Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Kategori ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbedaan kondisi ekonomi memengaruhi praktik *flexing* di Instagram. Kriteria yang digunakan meliputi status sebagai penerima bantuan sosial, seperti Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT), Kartu Indonesia Sehat (KIS), dan Kartu Indonesia Pintar (KIP). Selain itu, kondisi ekonomi juga diidentifikasi berdasarkan jenis pekerjaan, sumber pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, kepemilikan aset atau simbol status yang ditampilkan di media sosial, seperti sepeda motor, rumah, maupun penyelenggaraan acara keluarga, serta kepemilikan utang atau dukungan ekonomi dari keluarga. Variasi kondisi ekonomi tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z membangun citra diri dan melakukan praktik *flexing* di Instagram sesuai dengan kondisi sosial ekonomi yang dimiliki.

Objek penelitian ini adalah fenomena praktik *flexing* yang dilakukan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu melalui unggahan pada media sosial Instagram. Analisis penelitian difokuskan pada berbagai bentuk unggahan, seperti *feed*, *Stories*, maupun *Reels*, yang menampilkan simbol-simbol status sosial, gaya hidup, dan aktivitas yang berkaitan dengan praktik *flexing*. Pemilihan unggahan dilakukan secara purposif berdasarkan keterkaitannya dengan fokus penelitian. Selanjutnya, konten tersebut dianalisis menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman untuk memahami

bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu melakukan presentasi diri, mengelola kesan (*impression management*), serta membangun citra dan memperoleh pengakuan sosial melalui Instagram.

4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui proses wawancara mendalam dan observasi terhadap informan penelitian, yaitu Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu yang aktif menggunakan Instagram dan terlibat dalam praktik *flexing*. Data primer dikumpulkan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, makna, serta bentuk presentasi diri yang dilakukan informan melalui media sosial sesuai dengan fokus penelitian.

Sementara itu, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia dan digunakan sebagai pendukung dalam proses analisis. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, hasil penelitian terdahulu, berita daring yang relevan, dokumen, serta dokumentasi berupa unggahan Instagram yang berkaitan dengan praktik *flexing*. Data tersebut dimanfaatkan untuk memperkuat landasan teori, memberikan konteks terhadap fenomena yang diteliti, serta mendukung interpretasi terhadap data primer yang berkaitan dengan praktik *flexing*.³⁰

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengidentifikasi praktik *flexing* di lingkungan pedesaan, penelitian ini menggunakan teknik observasi terhadap unggahan

³⁰ Aas Masruroh, "Metode Penelitian Ilmu Sosial," in *Asik Belajar*, 2022.

Instagram milik informan sebagai bentuk panggung depan (*front stage*), yaitu ruang tempat informan menampilkan citra diri kepada khalayak. Observasi dilakukan terhadap berbagai bentuk unggahan, seperti *feed*, *Stories*, dan *Reels*, yang berkaitan dengan praktik *flexing*. Selain observasi, penelitian ini juga menggunakan wawancara mendalam untuk memahami pengalaman subjektif informan serta mengungkap panggung belakang (*back stage*), yaitu realitas kehidupan yang tidak selalu ditampilkan di media sosial. Melalui wawancara, peneliti menggali informasi mengenai kondisi kehidupan sehari-hari, latar belakang unggahan, serta berbagai faktor yang memengaruhi praktik *flexing*. Wawancara juga diarahkan untuk memahami manajemen kesan (*impression management*), yaitu strategi informan dalam memilih konten yang akan diunggah, menentukan waktu publikasi, menyusun *caption*, serta mempertimbangkan informasi yang ditampilkan maupun yang disembunyikan guna membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial di Instagram.

a. Observasi

Metode observasi dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap unggahan Instagram milik informan, yaitu Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Observasi ini bersifat nonpartisipan (*non-participant observation*), di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas informan, melainkan mengamati berbagai bentuk unggahan yang berkaitan dengan praktik *flexing*. Pengamatan difokuskan pada bentuk presentasi diri yang ditampilkan melalui *feed*, *Stories*, dan *Reels*, serta simbol-simbol status sosial yang muncul dalam unggahan, seperti aktivitas sehari-hari, gaya

berpakaian, kepemilikan barang tertentu, kegiatan keluarga, lokasi yang dikunjungi, dan penggunaan *caption*. Melalui observasi tersebut, peneliti memperoleh gambaran mengenai bagaimana informan membangun citra diri dan melakukan manajemen kesan (*impression management*) di ruang digital sebagai bagian dari praktik *flexing*.

Teknik observasi ini diterapkan untuk memperoleh data primer secara objektif dan akurat mengenai praktik *flexing* yang dilakukan oleh informan. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara sadar mengamati dan memilih akun Instagram milik Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu sesuai dengan kriteria penelitian. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria tersebut meliputi Ibu dalam kategori Generasi Z yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki unggahan yang menampilkan bentuk-bentuk presentasi diri, simbol status sosial, gaya hidup, atau aktivitas yang berkaitan dengan praktik *flexing*. Melalui teknik tersebut, peneliti memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian sehingga dapat dianalisis menggunakan perspektif teori dramaturgi.³¹ Teknik purposive sampling dipilih karena penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang menekankan pemilihan informan berdasarkan pengalaman yang dimiliki terhadap fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, tidak

³¹ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, No. 1 (2017): 21, <https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163>.

semua pengguna Instagram dijadikan informan, melainkan hanya Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu yang memenuhi kriteria penelitian dan diketahui aktif melakukan praktik *flexing*. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai pengalaman, makna, serta cara informan membangun presentasi diri melalui Instagram.

Hasil observasi selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam proses wawancara mendalam. Melalui tahapan ini, peneliti tidak hanya mengidentifikasi bentuk-bentuk *flexing* yang ditampilkan pada unggahan Instagram, tetapi juga menggali alasan, motivasi, dan makna di balik setiap unggahan berdasarkan pengalaman informan. Dengan demikian, observasi dan wawancara saling melengkapi sehingga memungkinkan peneliti memahami praktik *flexing* secara lebih komprehensif sesuai dengan perspektif teori dramaturgi Erving Goffman.

b. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan melalui percakapan secara langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, pandangan, serta makna yang diberikan informan terhadap suatu fenomena. Wawancara ini bersifat semiterstruktur, yaitu menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan, namun tetap memberikan keleluasaan bagi informan untuk mengemukakan pengalaman dan pandangannya secara bebas. Melalui teknik ini, peneliti dapat memperoleh data

yang bersifat mendalam, rinci, dan kontekstual sesuai dengan tujuan penelitian. Keberhasilan wawancara mendalam sangat dipengaruhi oleh kemampuan peneliti dalam membangun hubungan yang baik dengan informan, mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan yang relevan, serta menciptakan suasana yang nyaman sehingga informan bersedia menceritakan pengalamannya secara terbuka.³²

Wawancara mendalam dilakukan terhadap sembilan informan yang dipilih secara *purposive* sesuai dengan tujuan penelitian. Seluruh informan merupakan Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu yang berusia 18–26 tahun, berdomisili di Desa Sungaibuntu, aktif menggunakan Instagram, serta memiliki pengalaman dalam praktik *flexing*. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan agar data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian dan mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai pengalaman informan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media presentasi diri. Informan penelitian terdiri atas tiga kategori. Kategori pertama adalah tiga Ibu yang masih berstatus menikah dan aktif menggunakan Instagram untuk membagikan berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari. Kategori kedua adalah tiga Ibu tunggal (*single parent*) yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki pengalaman melakukan praktik *flexing*. Kategori ketiga adalah tiga Ibu

³² Imami Nur Rachmawati, “Pengumpulan Data Dalam PenelRachmawati, Imami Nur. 2007. ‘Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara.’ Jurnal Keperawatan Indonesia 11 (1): 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>. itian Kualitatif: Wawancara,” *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40.

dengan kondisi ekonomi yang relatif rendah, yang dipilih untuk memahami bagaimana kondisi sosial ekonomi mempengaruhi praktik *flexing* di Instagram. Keberagaman karakteristik informan tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menyimpan tangkapan layar (screenshot) dari unggahan instagram yang relevan, seperti *foto*, *caption*, jumlah *likes*, komentar, dan lokasi unggahan. Data dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola visual, simbol yang digunakan, serta bentuk pencitraan diri yang muncul di dalamnya.

6. Keabsahan Data

Untuk menjamin keakuratan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik Triangulasi yang menyatakan bahwa triangulasi adalah metode untuk memverifikasi keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber, cara, teori, dan juga peneliti guna mendapatkan data yang lebih menyeluruh dan dapat dipercaya. Triangulasi merupakan metode untuk memverifikasi kebenaran data dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan berbagai sumber data, metode, untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh dan mengurangi bias. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dalam dua cara, yaitu triangulasi metode dan triangulasi sumber data.³³

³³ Dedi Susanto, Risnita, Dan M. Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah," *Jurnal Qosim Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, No. 1 (2023): 53–61, <https://doi.org/10.61104/Jq.V1i1.60>.

a. Triangulasi Metode

Peneliti menerapkan berbagai teknik dalam pengumpulan data kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh tentang praktik *flexing* di Instagram. Pendekatan triangulasi ini dilakukan dengan menggabungkan pengamatan tanpa terlibat pada konten Instagram yang dihasilkan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu, wawancara mendalam, dan pencatatan dokumentasi. Pengamatan dilakukan untuk melihat bagaimana tanda-tanda status sosial seperti menunjukkan *daily life* aktivitas setelah Generasi Z sudah menjadi Orang Tua, barang mewah, lokasi estetik yang ditunjukkan dalam postingan di Instagram. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada sembilan narasumber, yang terdiri dari para pelaku *flexing*, dan individu yang merasakan dampak sosial terhadap praktik *flexing*. Selain itu, dokumentasi berupa tangkapan layar dari unggahan instagram dikumpulkan untuk dianalisis, dengan tujuan mengidentifikasi pola, tema, dan bentuk visualisasi status sosial yang ditunjukkan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di dunia digital.

b. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data dilakukan dengan mengumpulkan dan membandingkan informasi dari berbagai sumber data untuk memperkuat keabsahan temuan penelitian. Informasi diambil dari tiga jenis narasumber, yaitu Ibu yang masih dalam ikatan pernikahan, Ibu tunggal (*single parent*), dan Ibu dengan kondisi ekonomi yang rendah sehingga peneliti mendapatkan berbagai

pandangan tentang praktik flexing. Di samping itu, peneliti juga menggunakan sumber data sekunder seperti penelitian sebelumnya, literatur akademik, jurnal ilmiah, serta artikel yang relevan mengenai perilaku Generasi Z di media sosial. Metode ini memperdalam pemahaman mengenai makna sosial yang terkait dengan *flexing*, sekaligus meningkatkan akurasi dan kredibilitas data melalui perbandingan antara sumber. Dengan mengintegrasikan berbagai sumber informasi, peneliti dapat menyusun interpretasi yang lebih objektif dan sesuai konteks yang diteliti.

7. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk memahami dan mengungkap makna pengalaman hidup (*lived experience*) yang dialami informan terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah praktik *flexing* di Instagram yang dilakukan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti berupaya memahami bagaimana informan memaknai praktik *flexing*, alasan mereka menampilkan aspek-aspek tertentu dari kehidupannya di Instagram, serta bagaimana pengalaman tersebut berkaitan dengan interaksi sosial dan proses pembentukan citra diri. Pendekatan fenomenologi memandang praktik *flexing* tidak hanya sebagai aktivitas di media sosial, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang memiliki makna subjektif bagi setiap informan. Oleh karena itu, pengalaman, persepsi, dan kesadaran informan menjadi sumber utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman tersebut, peneliti

mengumpulkan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Selanjutnya, data dianalisis secara bertahap untuk mengidentifikasi tema-tema esensial yang menggambarkan makna pengalaman informan dalam melakukan praktik *flexing* di Instagram. Adapun proses analisis data dalam penelitian fenomenologi ini dilakukan melalui lima tahapan utama yaitu sebagai berikut.³⁴

a. Menggambarkan Pengalaman yang Dialami
(*Bracketing/Epoche*)

Tahap *bracketing* atau *epoche* merupakan proses awal dalam analisis fenomenologi, yaitu ketika peneliti menangguhkan sementara seluruh asumsi, penilaian, dan pengalaman pribadi mengenai fenomena yang diteliti. Tujuan dari tahap ini adalah agar peneliti dapat memahami pengalaman informan berdasarkan sudut pandang mereka sendiri tanpa dipengaruhi oleh interpretasi atau prasangka peneliti. Dengan demikian, peneliti berupaya memperoleh makna pengalaman sebagaimana yang dirasakan dan dimaknai oleh informan. Mengumpulkan data pengalaman individu dalam penelitian ini, peneliti tidak memandang praktik *flexing* di Instagram semata-mata sebagai perilaku pamer atau tindakan yang bernilai negatif, melainkan berusaha memahami bagaimana Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu memaknai praktik tersebut sebagai bentuk presentasi diri, upaya membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, serta menunjukkan status sosial di lingkungan masyarakat. Pada tahap ini, peneliti

³⁴ Sugiyono, metode penelitian kualitatif, ed. oleh sofia yustiyani suryandari, edisi keti (bandung: alfabeta, cv, 2022).

menjaga sikap objektif selama proses observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga pengalaman, pandangan, serta makna yang disampaikan oleh informan dapat dipahami sesuai dengan realitas yang mereka alami.

b. Membaca dan mengidentifikasi pernyataan signifikan (*Significant Statements*)

Peneliti menganalisis transkrip wawancara untuk menemukan pernyataan-pernyataan yang penting dan relevan dengan fenomena, kemudian mengelompokkannya berdasarkan tema yang ada. Pernyataan yang dianggap penting mencakup pengalaman informan dalam membentuk citra diri, alasan di balik mengunggah jenis konten tertentu, keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat, serta pandangan mereka mengenai posisi sosial di media digital. Selanjutnya, pernyataan-pernyataan tersebut dibagi sesuai dengan tema-tema yang memiliki arti serupa, sehingga peneliti dapat memahami pola pengalaman dan makna sosial dari praktik flexing yang dilakukan oleh para informan.

c. Mengidentifikasi Pernyataan Penting dan Mengelompokkannya ke dalam Tema (*Significant Statements and Thematic Clustering*)

Pada tahap ini, peneliti menelaah seluruh hasil wawancara secara mendalam untuk mengidentifikasi pernyataan-pernyataan yang memiliki makna penting dan berkaitan langsung dengan fenomena yang diteliti. Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian diberi makna dan dikelompokkan ke dalam tema-tema yang memiliki kesamaan

berdasarkan pengalaman informan. Proses ini bertujuan untuk menemukan pola pengalaman yang menggambarkan esensi praktik *flexing* yang dilakukan oleh informan.

d. Menyajikan deskripsi esensi pengalaman (*Textural and Structural description*)

Pada tahap ini, peneliti menyusun deskripsi tekstural (*textural description*), yaitu uraian mengenai apa yang dialami oleh informan berkaitan dengan fenomena yang diteliti, serta deskripsi struktural (*structural description*), yaitu penjelasan mengenai bagaimana pengalaman tersebut terjadi dalam konteks kehidupan informan. Kedua deskripsi tersebut disusun berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi sehingga mampu menggambarkan pengalaman informan secara utuh. Selanjutnya, informasi disajikan dalam narasi deskriptif dan tematik yang menunjukkan praktik *flexing* dalam postingan instagram, serta bagaimana narasumber memahami arti dari konten tersebut. pada tahap ini, peneliti menghubungkan informasi dengan teori dramaturgi yang diajukan oleh Erving Goffman untuk menganalisis bagaimana individu membentuk citra diri mereka di dunia digital sebagai “panggung depan””. Analisis juga memperhatikan interaksi digital seperti jumlah *likes*, komentar, serta bentuk pengakuan sosial lainnya yang memperkuat dalam praktik *flexing*. Kesimpulan dihasilkan dengan cara mengartikan makna sosial yang muncul dari data yang telah dianalisis, dan membandingkannya dengan kerangka teori serta temuan dari penelitian sebelumnya.

J. Sistematika Penulisan

BAB I

Menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian (baik secara teoritis maupun praktis), Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan. Bab ini bertujuan untuk menyajikan penjelasan menyeluruh mengenai motivasi dan kepentingan penelitian yang dilakukan serta kerangka konseptual yang menjadi dasar penelitian ini.

BAB II

Berisi tentang gambaran umum praktik *flexing* di Instagram akan membahas mengenai perkembangan media sosial, terutama di Instagram yang dimanfaatkan oleh Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Di bab ini akan menjelaskan bagaimana Instagram menjadi pilihan utama bagi kalangan Ibu muda Generasi Z di Desa Sungaibuntu, serta bagaimana gambaran gaya hidupnya.

BAB III

Berisi temuan atau hasil data dari lapangan, pencatatan, dan wawancara yang mendalam dengan narasumber yang termasuk dalam kategori Ibu Generasi Z di Desa Sungaibuntu. Data yang dipaparkan mencakup bentuk unggahan praktik *flexing*, serta narasi yang membentuk gambaran diri yang tercipta di platform Instagram.

BAB IV

Bab ini berisi analisis data pembahasan bagian utama dari penelitian yang mengevaluasi data dengan memanfaatkan teori dari

dramaturgi Erving Goffman. Dalam bab ini, peneliti memberikan penjelasan mengenai praktik *flexing* dan menjelaskan cara media sosial dimanfaatkan, serta bagaimana peran Ibu dalam kategori Generasi Z.

BAB V

Bab terakhir akan membahas tentang kesimpulan dan saran dari penelitian ini.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai praktik *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu Kabupaten Karawang, dapat disimpulkan bahwa Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun dan menampilkan identitas sosial. Melalui berbagai fitur yang tersedia, para informan secara sadar memilih serta membagikan konten yang menampilkan sisi positif kehidupan mereka, seperti kebersamaan keluarga, kepemilikan barang, aktivitas sehari-hari, maupun momen-momen tertentu yang dianggap memiliki nilai sosial. Praktik tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana bagi Ibu dalam kategori Generasi Z untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, serta mempertahankan identitas di tengah perkembangan budaya digital. Berdasarkan tujuan penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang mendorong perilaku *flexing* pada Ibu dalam kategori Generasi Z di Desa Sungaibuntu termasuk keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, dorongan untuk menunjukkan citra bahagia dan sempurna, pengaruh dari lingkungan sosial dan budaya setempat, paparan terhadap budaya digital dan media sosial, faktor status ekonomi dan sosial, peningkatan rasa percaya diri, serta keinginan untuk mengikuti tren dan standar gaya hidup modern.

2. Kegiatan dan jenis konten yang ditampilkan dalam praktik flexing termasuk posting tentang keharmonisan keluarga, membeli barang baru seperti kendaraan atau perlengkapan rumah, aktivitas rekreasi dan liburan, berbagi bantuan sosial dengan ungkapan terima kasih, serta menggunakan fitur Instagram seperti Stories, Feed, dan Reels dengan cara yang menarik untuk membangun citra diri yang positif.
3. Perbedaan antara citra diri di Instagram dan kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa sebagian besar informan hanya menampilkan bagian terbaik dari hidup mereka di media sosial. Di balik postingan yang bahagia dan nyaman, masih banyak batasan ekonomi, tekanan hidup, dan situasi pribadi yang tidak ditampilkan ke publik.
4. Dampak dari kebiasaan flexing memengaruhi kehidupan sosial informan. Hal ini membuat mereka lebih ingin diakui oleh orang lain, cenderung membandingkan diri dengan orang lain, lebih banyak perilaku konsumtif, dan merasa puas karena mendapatkan pengakuan lewat media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun beberapa saran yang diperoleh peneliti antara lain:

1. Saran untuk Orang Tua dari kalangan Generasi Z di Desa Sungaibuntu diharapkan lebih cerdas dalam memanfaatkan media sosial, khususnya saat menerapkan praktik flexing. Sangat penting untuk memikirkan dampak sosial dari setiap postingan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Perbandingan sosial, atau beban bagi orang lain di sekitarnya. Di samping itu, diharapkan individu dapat menyeimbangkan kehidupan di dunia maya dengan kehidupan sehari-hari.

2. Saran bagi masyarakat untuk lebih peka terhadap konten yang ada di media sosial. Tidak semua yang diperlihatkan itu mencerminkan keadaan yang sebenarnya, sehingga penting untuk tidak cepat-cepat membandingkan diri dengan orang lain. Saling pengertian dan tidak gampang terpengaruh oleh citra yang ada di media sosial dapat membantu mempertahankan keharmonisan dalam hubungan sosial di masyarakat.
3. Saran bagi pengguna media sosial untuk menggunakan media sosial ini dengan cara yang lebih positif dan tidak hanya sebagai wadah untuk memamerkan status sosial. Sebaiknya, media sosial digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi, bertukar informasi, dan menjalin hubungan sosial yang baik tanpa mengakibatkan dampak buruk bagi diri sendiri atau orang lain.
4. Penelitian ini masih memiliki batasan dalam hal area dan jumlah partisipan. Oleh karena itu, peneliti berikutnya diharapkan mampu memperluas penelitian dengan jangkauan yang lebih besar, baik dari sisi tempat maupun objek yang diteliti. Di samping itu, penelitian yang akan datang juga bisa menyelidiki lebih mendalam tentang pengaruh psikologis dari praktik flexing atau membandingkan fenomena ini di beberapa platform media sosial seperti tiktok dan facebook.
5. Diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada warga tentang literasi digital, khususnya mengenai cara penggunaan media sosial dengan baik dan bijaksana, pengetahuan ini sangat diperlukan untuk mengurangi efek buruk dari perilaku flexing serta meningkatkan kesadaran masyarakat dalam bertanggung jawab saat menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aas Masruroh. "Metode Penelitian Ilmu Sosial." In *Asik Belajar*, 2022.
- Adinda, Keyrina. "Flexing Di Instagram: Antara Narsisisme Dan Benefit." *Emik* 6, No. 1 (2023): 68–90. <https://doi.org/10.46918/Emik.V6i1.1787>.
- Adjiwibowo, Alisha, Azkia Z Fauziah, Fatya Nurnayla, Haura S Z Loen, Dan Jasmine A Humaira. "Fenomena Flexing Dan Fomo Di Instagram: Persepsi Generasi Z Terhadap Akun Instagram @Siscakohl, @Zhafiraiha, Dan @Jeromepolin." *Jurnal Interaksi Sosiologi* 2, No. 2 (2023): 62–69.
- Aisyah Yulindasari, Buchari Mengge, Dan Ridwan Syam. "Flexing Sebagai Habitus: Analisis Praktik Sosial Perempuan Bugis Di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap." *Sabana: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara* 3, No. 2 (2024): 187–98. <https://doi.org/10.55123/Sabana.V3i2.4128>.
- Amelia, Nike Firnanda Dwi, Sevia Nur Fadhilah, Dan Poppy Febriana. "Analysis Of Prilly Latuconsina's Online Identity In Building Public Image On Instagram Analisis Identitas Online Prilly Latuconsina Dalam Membangun Citra Publik Di Instagram" 0672, No. Oiif (2025): 196–202. <https://pssh.umsida.ac.id>.
- Arik, Mohammad Hariyono, Dan Hengki Hendra Pradana. "Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z." *Psycho Aksara : Jurnal Psikologi* 2, No. 1 (2024): 29–36. <https://doi.org/10.28926/Pyschoaksara.V2i1.1341>.
- Aulia, Nurul, Wahyu Gunawan, Dan Desi Yunita. "Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Padjajaran," N.D., 65–81.
- Bagus, Rafi, Adi Wijaya, Dan Agung Subakti. "Antara Like Dan Self-Worth: Dampak Media Sosial Terhadap Konsep Diri Dan

- Produktivitas Mahasiswa.” *Jkpi: Jurnal Konseling Dan Psikologi Indonesia* 1, No. 1 (2025): 39–54. <https://doi.org/10.58472/Konselia.V1i1.10>.
- Cantika, Ratna, Dan Eka Yonavilbia. “Perspektif Generasi Z Pada Personal Branding Akun Instagram The Connell Twins.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss)* 5, No. 2 (2025): 184–91. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/375>.
- Crazy, Citra, Rich Indonesia, Di Instagram, Melalui Presfektif, Structuralism Pierre, Ganjar Wibowo, Manik Sunuantari, Iin Soraya, Dan Imsar Gunawan. “Jurnal Cyber Pr” 5, No. 1 (2025): 14–33.
- Fawatih, A L. “Riya Dalam Selfie Di Media Sosial” 1 (2020): 48–60.
- George Ritzer. *Teori Sosiologi Edisi Kedelapan 2012 Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, 2012.
- George Ritzer - Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi*, N.D.
- Hapsari, Galuh Kusuma. “Fenomena Flexing Pada Media Sosial (Analisa Podcast Youtube Rhenald Kasali Dan Deddy Corbuzier).” *Compediart* 1, No. 2 (2024): 71–78.
- Hartono, Langit Gemintang Muhammad. “Bebas Dan Terawasi: Dinamika Flexing Pada Gen Z Di Instagram.” *Jurnal Studi Pemuda* 12, No. 2 (2024): 132. <https://doi.org/10.22146/Studipemudaugm.95522>.
- Hasanah, Hasyim. “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial).” *At-Taqaddum* 8, No. 1 (2017): 21. <https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163>.
- Hunaifi, Dafi Thoriq. “Analisis Tren Penggunaan Filter Digital Pada Pengguna Media Sosial Instagram Di Indonesia.” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, No. 6 (2023): 4541. <https://doi.org/10.35931/Aq.V17i6.2831>.
- Instagram, Sosial. “Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreator Di

- Media Sosial Instagram” 6 (2021): 14–24.
- Instagram, The Parent’s Guide To. “The Parent’s Guide To Instagram.” *Connectsafely Journal* 1, No. 1 (2016): 1–4.
- Kars, Marijke. “Fenomenologie.” *Tvz - Verpleegkunde In Praktijk En Wetenschap* 133, No. 1 (2023): 56–57. <https://doi.org/10.1007/S41184-023-1791-3>.
- Kasuda, Ragil, Dan Reva Mahendra. “Fenomena Flexing Di Media Sosial.” *Blantika: Multidisciplinary Journal* 3, No. 1 (2024): 211–17. <https://doi.org/10.57096/Blantika.V3i1.266>.
- Krisdiyansah, Yuyu, Dan Arif Rahman Hakim. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z.” *Tanzhimuna* 2, No. 2 (2023): 190–203. <https://doi.org/10.54213/Tanzhimuna.V2i02.180>.
- Patricia Devi, Kumala Dewi Bestari. “5 Dampak Konten Flexing Di Media Sosial Pada Kesehatan Mental, Termasuk Menurunkan Kepuasan Hidup,” N.D. <https://lifestyle.kompas.com/read/2025/09/06/131248620/5-Dampak-Konten-Flexing-Di-Media-Sosial-Pada-Kesehatan-Mental-Termasuk?page=2>.
- Penggunaan, Terhadap, Pinjaman Online, Dengan Literasi, Keuangan Sebagai, Variabel Moderasi, Siti Aisyah, Program Studi, Et Al. “Siti Aisyah_Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Flexing Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Dengan Literasi Keuangan Sebagai Varabel Moderasi,” 2025.
- Putri, Evayanti Yuliana, Dan Dien Vidia Rosa. “Flexing Sebagai Simulasi Mesin Hasrat Dan Fragmentasi Tubuh Generasi Z.” *Jurnal Socius: Journal Of Sociology Research And Education* 11, No. 1 (2024): 14–24. <https://doi.org/10.24036/Scs.V11i1.622>.
- Rachmawati, Imami Nur. “Pengumpulan Data Dalam Penelrachmawati, Imami Nur. 2007. ‘Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif:

Wawancara.’ *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11 (1): 35–40.
<https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184> Kualitatif:
Wawancara.” *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, No. 1 (2007): 35–40.

Rahman, Muhammad Fathur, ; Andi, Vita Sukmarini, Dan ; Irfan Palippui.
“Konstruksi Identitas Sosial Melalui Penggunaan Iphone Pada Mahasiswa Universitas Fajar Social Identity Construction Through Iphone Use In Fajar University Students.” *Cite This: J.Sst* 4, No. 1 (2024): 95–101.
<http://journal.unifa.ac.id/index.php/jssehttp://dx.doi.org/10.31960/tea.v5i1>.

Ramadhan, Raka Rizq, Dan Nanik Indarwati. “Flexing Melalui Instagram (Studi Pada Persepsi Mahasiswa Unsi Samarinda).” *Nubuwwah : Journal Of Communication And Islamic Broadcasting* 2, No. 01 (2024): 1–17.

Ramdani, Rachmat, Cucu Sugiarti, Dan Rizzka Aulia Anggriani.
“Pencegahan Pernikahan Usia Dini Melalui Program Pusat Informasi Dan Konseling Remaja (Pik-R) Di Dinas Pengendalian Penduduk Dan Keluarga Berencana Kabupaten Karawang.” *Journal Of Government Science (Govsci) : Jurnal Ilmu Pemerintahan* 4, No. 1 (2023): 17–31. <https://doi.org/10.54144/govsci.v4i1.41>.

Rinaldi. *Sosiologi Keluarga*. Vol. 17, 1385.

Rojiati, Umi, Dan Noor Afifah. “Analisis Fenomena Flexing: Keterkaitan Antara Gaya Hidup Dan Popularitas.” *Komsospol* 4, No. 1 (2024): 38–47. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v4i1.1220>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Diedit Oleh Sofia Yustiyani Suryandari. Edisi Keti. Bandung: Alfabeta, Cv, 2022.

Susanto, Dedi, Risnita, Dan M. Syahran Jailani. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah.” *Jurnal Qosim Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, No. 1 (2023): 53–61.
<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>.

Utami, Putri Ramadani. “Program Bimbingan Perkawinan Dalam Upaya Menyiapkan Keluarga Harmonis Di Kua Karangmoncol 1 Kabupaten Purbalingga.” *Skripsi*, 2024.

Wahyuddin, Muh, S Adam, Abd Rahman, Nurzazila Oka, Sri Rabiyanth Dai, Dwi Asfilawaty Bauna, Dan Hapsa Musa. “Fenomena Perilaku Flexing Terhadap Aktivitas Joging Pada Generasi Z.” *Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 3, No. 3 (2025): 228–35.

Yuwita, Nurma, Naili Mauhibatillah, Dan Himmatul ‘Ulyah. “Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan).” *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media* 7, No. 1 (2022): 01–14. <https://doi.org/10.33884/Commed.V7i1.6602>.

