

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam struktur dan dinamika kehidupan sosial masyarakat. Media sosial tidak lagi berfungsi sekadar sebagai sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial baru tempat individu membangun relasi, menampilkan identitas diri, serta merepresentasikan posisi sosialnya di hadapan publik. Menurut Castells (2010), masyarakat kontemporer saat ini hidup dalam *network society*, yaitu masyarakat yang aktivitas sosialnya sangat bergantung pada jaringan digital dan teknologi informasi. Dalam masyarakat jaringan tersebut, identitas sosial dibentuk dan dinegosiasikan melalui interaksi yang dimediasi oleh teknologi. Sejalan dengan pandangan tersebut, Boyd (2014) menyatakan bahwa media sosial membentuk *networked publics*, yakni ruang publik baru yang memungkinkan individu menampilkan diri secara terbuka kepada *audiens* yang luas. Ruang publik digital ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan ruang sosial konvensional karena bersifat visual, terdokumentasi, dan dapat diakses secara berulang. Kondisi ini mendorong individu untuk secara sadar mengelola citra diri dan kesan sosial yang ingin ditampilkan.

Berdasarkan temuan awal penelitian, peneliti melakukan observasi non-partisipatif terhadap lima akun media sosial yang memenuhi kriteria penelitian. Hasil observasi menunjukkan bahwa setiap subjek menampilkan bentuk *flexing* yang berbeda-beda sebagai representasi status sosial di media sosial.

Subjek 1 dipandang sebagai individu yang memiliki prestasi karena secara konsisten mengunggah berbagai pencapaian yang berhasil diraih. Unggahan tersebut memperlihatkan sertifikat, piagam penghargaan, maupun bentuk pengakuan atas keberhasilan yang diperoleh. Melalui unggahan tersebut, subjek membangun citra sebagai individu yang berprestasi dan memperoleh pengakuan dari pengguna media sosial lainnya.

Subjek 2 dipandang memiliki status sosial yang baik melalui unggahan mengenai kepemilikan berbagai barang yang bernilai ekonomi. Berbagai barang yang dipublikasikan menjadi simbol kemapanan sehingga membentuk persepsi bahwa subjek memiliki kemampuan ekonomi yang baik. Unggahan tersebut memperoleh perhatian dari pengguna media sosial dan menjadi salah satu bentuk representasi status sosial di ruang digital.

Subjek 3 menunjukkan praktik *flexing* melalui unggahan yang menggambarkan gaya hidup tertentu, seperti aktivitas di tempat makan, kegiatan rekreasi, maupun aktivitas sehari-hari yang mencerminkan pola hidup modern. Unggahan tersebut membentuk kesan bahwa subjek

memiliki gaya hidup yang dianggap menarik dan mencerminkan posisi sosial tertentu di lingkungan digital.

Subjek 4 dipandang sebagai individu yang berhasil karena mengunggah kepemilikan usaha yang dimilikinya. Melalui publikasi mengenai aktivitas usaha dan tempat usaha, subjek menampilkan identitas sebagai individu yang produktif, mandiri, dan berhasil dalam bidang ekonomi. Unggahan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi simbol keberhasilan yang membentuk citra sosial di hadapan *audiens*.

Subjek 5 merepresentasikan status sosial melalui unggahan yang memperlihatkan kepemilikan materi, seperti sejumlah uang tunai dan simbol-simbol ekonomi lainnya. Unggahan tersebut menunjukkan kemampuan ekonomi yang dimiliki sehingga membentuk persepsi mengenai kemapanan finansial. Dalam konteks media sosial, simbol materi tersebut menjadi salah satu bentuk representasi status sosial yang digunakan untuk memperoleh perhatian dan pengakuan dari pengguna media sosial lainnya.

Berdasarkan kelima temuan awal tersebut, terlihat bahwa setiap subjek menggunakan simbol yang berbeda dalam merepresentasikan status sosialnya. Meskipun bentuk *flexing* yang ditampilkan beragam, seluruh subjek memiliki kesamaan, yaitu memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk menampilkan identitas, membangun citra diri, dan memperoleh

pengakuan sosial melalui berbagai simbol digital. Temuan awal inilah yang menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih mendalam fenomena *flexing* sebagai representasi status sosial di era digital pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung, Kecamatan Saradan.

Fenomena *Flexing* menjadi salah satu bentuk ekspresi sosial yang menonjol. *Flexing* merujuk pada perilaku memamerkan kekayaan, kepemilikan materi, gaya hidup, atau pencapaian tertentu melalui media sosial dengan tujuan memperoleh pengakuan dan validasi sosial. Menurut Goffman (1959) dalam Nasrullah (2017), individu cenderung menampilkan kesan tertentu di hadapan orang lain untuk memperoleh pengakuan sosial. Dalam era digital, media sosial memperluas ruang presentasi diri sehingga individu dapat secara lebih terencana menampilkan identitas, gaya hidup, serta berbagai simbol status sosial kepada khalayak. Fenomena *flexing* dapat dipahami sebagai salah satu bentuk presentasi diri yang dilakukan melalui unggahan konten yang menonjolkan pencapaian, kemewahan, atau gaya hidup tertentu sebagai representasi status sosial di ruang digital. Praktik *flexing* berkaitan erat dengan konsep status sosial dan simbol-simbol sosial. Menurut Bourdieu (1986) dalam Ritzer, G. (2012), status sosial tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan modal ekonomi, tetapi juga oleh modal simbolik yang berupa pengakuan, prestise, dan legitimasi sosial yang diperoleh individu dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam era digital, media sosial menjadi sarana utama akumulasi modal simbolik. Unggahan

yang menampilkan kemapanan ekonomi, gaya hidup tertentu, atau pencapaian sosial berfungsi sebagai simbol status yang diakui oleh lingkungan sosial digital.

Fenomena *Flexing* juga tidak dapat dilepaskan dari budaya konsumsi modern. Menurut Ritzer, G. (2012), masyarakat konsumsi modern tidak lagi mengonsumsi barang berdasarkan fungsi utamanya, melainkan berdasarkan nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut sebagai representasi identitas dan status sosial. Media sosial memperkuat logika konsumsi simbolik ini dengan menjadikan barang dan gaya hidup sebagai objek visual yang dapat dipamerkan. Dengan demikian, *Flexing* dapat dipahami sebagai bentuk konsumsi simbolik yang bertujuan membangun citra dan status sosial.

Masyarakat urban, praktik *Flexing* semakin relevan karena karakteristik kehidupan sosial yang kompetitif dan berorientasi pada pencapaian. Menurut Ritzer, G. (2012), masyarakat urban ditandai oleh kehidupan sosial yang heterogen, kompetitif, dan berorientasi pada pencapaian, sehingga individu terdorong untuk menunjukkan identitas dan posisi sosialnya melalui berbagai simbol sosial. Media sosial menyediakan ruang yang efektif bagi individu untuk melakukan diferensiasi tersebut melalui representasi visual status sosial.

Karakteristik masyarakat urban tidak hanya ditemukan di wilayah perkotaan secara geografis, tetapi juga pada masyarakat yang secara kultural

telah terpapar nilai-nilai urban dan teknologi digital. Dusun Petung, Kecamatan Saradan, menunjukkan fenomena tersebut. Meskipun berada di wilayah non-perkotaan, masyarakatnya telah aktif menggunakan media sosial dan terintegrasi dengan budaya digital. Kondisi ini menunjukkan adanya transformasi sosial di tingkat lokal yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Namun, fenomena *Flexing* tidak hanya membawa dampak positif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa paparan konten pamer kekayaan di media sosial dapat memicu perbandingan sosial, kecemasan, dan ketidakpuasan diri. Chou dan Edge (2012) menemukan bahwa individu cenderung menilai kehidupan orang lain di media sosial lebih baik dibandingkan kehidupannya sendiri, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis dan relasi sosial. Di sisi lain, tidak semua individu memaknai *Flexing* secara negatif. Bagi sebagian orang, *Flexing* dipandang sebagai bentuk ekspresi pencapaian, motivasi diri, atau strategi membangun citra personal. Perbedaan pemaknaan ini menunjukkan bahwa *Flexing* merupakan fenomena sosial yang kompleks dan sarat dengan pengalaman subjektif. Oleh karena itu, untuk memahami fenomena *Flexing* secara lebih mendalam, diperlukan pendekatan yang mampu menggali makna dan pengalaman hidup individu secara langsung. Pendekatan fenomenologi, Pendekatan fenomenologi yang dipelopori oleh Husserl E (1970) dalam Creswell and poth (2018) menjelaskan bahwa pada pemahaman terhadap pengalaman sadar (*lived experience*) individu

mengenai suatu fenomena sebagaimana fenomena tersebut dialami dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa penelitian fenomenologi bertujuan menggali dan memahami esensi pengalaman bersama dari beberapa individu terhadap suatu fenomena tertentu sehingga peneliti mampu mengungkap makna yang terkandung di balik pengalaman tersebut. Dengan demikian, pendekatan fenomenologi memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami suatu fenomena secara lebih mendalam melalui interpretasi terhadap pengalaman yang menjadi dasar terbentuknya makna. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat mengungkap bagaimana masyarakat memaknai, mengalami, dan merefleksikan praktik *Flexing* dalam kehidupan sosial mereka. Penelitian ini berupaya mengkaji fenomena *Flexing* sebagai representasi status sosial di era digital melalui studi Fenomenologis pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung, Kecamatan Saradan.

B. Fokus penelitian

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah, maka fokus dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Bentuk-bentuk *Flexing* yang ditampilkan masyarakat urban melalui media sosial.
2. Makna Representasi Status Sosial Berdasarkan Hasil Observasi Konten Digital

3. Faktor-faktor yang melatarbelakangi individu melakukan *Flexing* di media sosial.
4. Representasi status sosial yang dibangun melalui simbol-simbol digital seperti gaya hidup, kepemilikan materi, pencapaian, dan aktivitas yang diunggah di media sosial

C. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk *Flexing* yang ditampilkan oleh masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung, Kecamatan Saradan.
2. Memahami makna subjektif *Flexing* sebagai representasi status sosial di era digital.
3. Menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakangi individu melakukan *Flexing* melalui media sosial.
4. Menganalisis bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana representasi status sosial dalam kehidupan masyarakat urban

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis :

a) Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian keilmuan dalam bidang Bimbingan dan Konseling, khususnya yang berkaitan dengan fenomena sosial di era digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai flexing, representasi diri, status sosial, serta interaksi sosial dalam ruang digital melalui pendekatan fenomenologi.

b) Manfaat Praktis

1. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena *Flexing* sebagai representasi status sosial di media sosial, sehingga masyarakat mampu menyikapi fenomena tersebut secara lebih kritis dan bijaksana.

2. Bagi Pengguna Media Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dalam penggunaan media sosial, khususnya dalam membangun citra diri dan berinteraksi secara sehat di ruang digital.

3. Bagi Mahasiswa dan Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan fenomena flexing, media sosial, budaya digital, serta representasi status sosial.

4. Bagi Program Studi Bimbingan dan Konseling

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian akademik terkait perilaku sosial masyarakat di era digital yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam penyusunan layanan bimbingan dan konseling yang relevan dengan perkembangan zaman.

E. Definisi istilah

Untuk menghindari terjadinya perbedaan penafsiran terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu diberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. *Flexing* merupakan perilaku menampilkan pencapaian, kekayaan, gaya hidup, maupun kepemilikan barang tertentu melalui media sosial dengan tujuan memperoleh perhatian, validasi sosial, serta pengakuan dari lingkungan digital menurut Heriyanto dan Ismail (2024). Dalam penelitian ini, *Flexing* dipahami sebagai bentuk representasi status sosial yang ditampilkan melalui berbagai simbol digital di media sosial.
2. Representasi Status Sosial menurut Bourdieu (1986) dalam Ritzer, G. (2012), dapat direpresentasikan melalui kepemilikan modal simbolik yang memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Oleh karena itu, representasi status sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai proses menampilkan posisi sosial individu melalui berbagai simbol, atribut, gaya hidup, dan bentuk ekspresi yang dimaknai masyarakat sebagai penanda status sosial tertentu.

3. Media Sosial menurut Kaplan dan Haenlein (2010) adalah platform digital yang memungkinkan pengguna menciptakan dan membagikan konten serta berinteraksi secara langsung melalui jaringan internet.
4. Masyarakat Urban adalah penelitian ini merujuk pada kelompok masyarakat yang telah mengadopsi nilai-nilai kehidupan modern, memiliki intensitas penggunaan teknologi digital yang tinggi, serta aktif dalam berinteraksi melalui media sosial.
5. Era Digital, adalah periode perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ditandai oleh meningkatnya penggunaan internet, media digital, serta transformasi pola interaksi sosial dalam kehidupan masyarakat. Kemp (2024), era digital merupakan masa ketika aktivitas sosial, ekonomi, pendidikan, dan komunikasi masyarakat sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi, internet, dan media digital yang terhubung secara global.