

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

a. Media Sosial sebagai Ruang Sosial di Era Digital

Media sosial merupakan salah satu produk utama perkembangan teknologi komunikasi yang telah mengubah cara manusia berinteraksi dan membangun relasi sosial. Media sosial tidak lagi dipahami hanya sebagai alat komunikasi, melainkan sebagai ruang sosial yang memiliki struktur, norma, dan budaya tersendiri. Dalam ruang ini, individu dapat berinteraksi, membentuk identitas, serta merepresentasikan diri kepada khalayak luas. Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan platform digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna menciptakan, berbagi, memodifikasi, serta bertukar informasi dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, audio, dan video. Karakteristik interaktif tersebut menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas sosial dan ekspresi diri.

Castells (2010) menyatakan bahwa masyarakat modern hidup dalam *network society*, yaitu masyarakat yang relasi sosialnya dibangun melalui jaringan digital. Dalam masyarakat jaringan tersebut, media sosial menjadi medium utama pembentukan identitas dan makna sosial. Identitas tidak lagi terbentuk secara alamiah melalui interaksi langsung semata, melainkan dikonstruksi melalui representasi simbolik di ruang digital.

Sejalan dengan itu, Boyd (2014) menjelaskan bahwa media sosial membentuk *networked publics*, yaitu ruang publik yang dimediasi teknologi digital dan memungkinkan individu tampil di hadapan *audiens* yang luas. Karakteristik ruang publik digital yang bersifat terbuka, terdokumentasi, dan visual mendorong individu untuk menampilkan diri secara selektif dan strategis. Dengan demikian, media sosial menjadi arena penting dalam pembentukan citra diri dan status sosial.

Perkembangan media sosial semakin memperkuat peran individu sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Kemp (2024) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern karena memungkinkan individu terhubung dengan komunitas yang lebih luas, memperoleh informasi secara cepat, serta menampilkan aktivitas dan identitasnya kepada publik. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai ruang sosial digital yang memfasilitasi terbentuknya hubungan sosial, pengakuan sosial, dan interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan.

Abidin (2021) menjelaskan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang representasi digital yang memungkinkan individu membangun citra diri melalui berbagai simbol sosial yang ditampilkan secara visual. Pengguna media sosial tidak hanya berkomunikasi, tetapi juga melakukan proses representasi diri melalui unggahan yang mencerminkan gaya hidup, pengalaman, pencapaian, maupun nilai-nilai yang ingin ditampilkan kepada *audiens*. Oleh karena itu, media sosial dapat dipahami sebagai arena sosial yang berperan dalam pembentukan identitas dan status sosial di era digital.

Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Nasrullah (2017) yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna tidak hanya berinteraksi dan bertukar informasi, tetapi juga membangun identitas, membentuk jaringan sosial, serta menciptakan berbagai bentuk representasi diri melalui konten yang dipublikasikan. Karakteristik media sosial yang bersifat partisipatif, terbuka, dan interaktif memberikan ruang bagi setiap pengguna untuk memproduksi sekaligus menyebarluaskan informasi kepada khalayak secara luas. Dalam konteks penelitian ini, karakteristik tersebut memberikan kesempatan kepada pengguna media sosial untuk merepresentasikan status sosialnya melalui berbagai simbol yang ditampilkan dalam bentuk unggahan digital.

Selain itu, Van Dijck (2013) menjelaskan bahwa media sosial merupakan ekosistem digital yang tidak hanya memfasilitasi komunikasi antarpengguna, tetapi juga membentuk budaya baru dalam masyarakat melalui proses berbagi informasi, membangun jaringan sosial, dan memproduksi berbagai bentuk konten digital. Kehadiran media sosial telah mengubah cara individu berinteraksi, menampilkan identitas, serta memperoleh pengakuan dalam lingkungan sosial. Oleh karena itu, aktivitas yang dilakukan pengguna di media sosial tidak dapat dipisahkan dari proses pembentukan makna dan representasi diri yang berlangsung secara terus-menerus dalam ruang digital. Dalam penelitian ini, media sosial dipahami sebagai ruang sosial digital yang memungkinkan praktik *Flexing* berkembang sebagai salah satu bentuk

representasi status sosial melalui penggunaan berbagai simbol visual maupun naratif.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disintesis bahwa media sosial merupakan ruang sosial digital yang memiliki karakteristik interaktif, partisipatif, dan kolaboratif sehingga memungkinkan setiap individu membangun identitas, menjalin hubungan sosial, serta merepresentasikan dirinya melalui berbagai bentuk konten digital. Perkembangan media sosial tidak hanya mengubah pola komunikasi masyarakat, tetapi juga mengubah cara individu memperoleh pengakuan dan membangun status sosial di tengah kehidupan digital. Dalam penelitian ini, media sosial menjadi konteks utama yang memungkinkan praktik *Flexing* berkembang sebagai bentuk representasi status sosial melalui berbagai simbol yang dipublikasikan secara sadar oleh pengguna kepada *audiens* digital. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya dipahami sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang berperan dalam pembentukan identitas, citra diri, dan legitimasi sosial pada era digital.

b. Teori Presentasi Diri dan Representasi Status Sosial di Media Sosial

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu menampilkan dirinya dalam kehidupan sosial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk membangun identitas, menunjukkan pencapaian, serta memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan digital. Dalam konteks tersebut, teori

presentasi diri menjadi salah satu landasan penting untuk memahami perilaku individu dalam menampilkan citra diri di media sosial.

Menurut Goffman (1959) dalam Marwick(2023), presentasi diri merupakan upaya individu dalam menampilkan kesan tertentu kepada orang lain melalui pengelolaan perilaku, penampilan, maupun simbol-simbol sosial yang digunakan dalam interaksi. Individu berusaha membentuk persepsi yang diinginkan agar mendapatkan penilaian positif dari lingkungan sosialnya. Dalam era digital, proses presentasi diri tidak hanya dilakukan melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui berbagai aktivitas di media sosial seperti unggahan foto, video, cerita (*stories*), maupun konten digital lainnya.

Seiring perkembangan teknologi digital, konsep presentasi diri mengalami perluasan. Hogan (2010) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk mengelola identitas digital secara lebih terencana karena pengguna dapat memilih, menyunting, dan mengatur konten sebelum dipublikasikan kepada *audiens*. Hal ini menyebabkan citra yang ditampilkan di media sosial sering kali merupakan representasi yang telah dikonstruksi sesuai dengan tujuan tertentu.

Menurut Marwick (2023), media sosial mendorong terbentuknya budaya visibilitas (*culture of visibility*), yaitu kondisi ketika individu berupaya mempertahankan eksistensinya melalui konten yang mampu menarik perhatian publik. Dalam budaya tersebut, pengguna media sosial cenderung menampilkan aspek-aspek kehidupan yang dianggap bernilai, menarik, dan

memiliki daya tarik sosial untuk memperoleh perhatian, pengakuan, maupun validasi dari *audiens* digital. Presentasi diri yang dilakukan secara terus-menerus kemudian berhubungan dengan representasi status sosial. Hall (1997) dalam Nasrullah (2017) menjelaskan bahwa representasi merupakan proses pembentukan dan penyampaian makna melalui berbagai simbol yang dapat dipahami oleh masyarakat. Dalam media sosial, simbol-simbol tersebut dapat berupa gaya hidup, kepemilikan barang, aktivitas konsumsi, pencapaian pribadi, maupun bentuk ekspresi lainnya yang digunakan untuk menggambarkan posisi sosial seseorang.

Abidin (2021) menyatakan bahwa media sosial telah menjadi ruang representasi sosial yang memungkinkan individu membangun citra dan status melalui simbol-simbol digital. Simbol-simbol tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi penanda identitas dan kedudukan sosial yang ingin ditampilkan kepada orang lain.

Praktik *Flexing* dapat dipahami sebagai bentuk presentasi diri yang digunakan untuk merepresentasikan status sosial melalui media sosial. Individu menampilkan berbagai simbol kemapanan seperti gaya hidup, kepemilikan materi, pengalaman tertentu, maupun pencapaian pribadi dengan tujuan memperoleh pengakuan dan validasi sosial. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai ruang representasi yang memungkinkan individu membangun dan mengomunikasikan status sosialnya kepada khalayak yang lebih luas.

Berdasarkan uraian tersebut, teori presentasi diri dan representasi status sosial digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana individu membangun citra diri, menampilkan simbol-simbol sosial, serta memaknai praktik *Flexing* sebagai bentuk representasi status sosial di era digital.

c. Konsumsi Simbolik dan Budaya Konsumerisme

Fenomena *Flexing* tidak dapat dilepaskan dari budaya konsumerisme yang berkembang dalam masyarakat modern. Baudrillard (1998) dalam karyanya *The Consumer Society: Myths and Structures* menjelaskan bahwa dalam masyarakat konsumsi, individu tidak lagi mengkonsumsi barang semata-mata berdasarkan fungsi, tetapi juga berdasarkan makna simbolik yang melekat pada barang tersebut. Barang konsumsi kemudian menjadi tanda sosial yang merepresentasikan identitas, prestise, dan status sosial individu.

Berdasarkan pandangan Baudrillard (1998), nilai suatu barang dalam masyarakat modern tidak lagi hanya ditentukan oleh manfaat atau fungsi praktisnya, tetapi juga oleh makna simbolik yang melekat pada barang tersebut. Simbol tersebut kemudian menjadi sarana bagi individu untuk menunjukkan identitas, prestise, maupun posisi sosial di tengah masyarakat. Dalam konteks kehidupan digital, makna simbolik tersebut semakin mudah dikonstruksi melalui berbagai bentuk konten visual yang dipublikasikan di media sosial. Oleh karena itu, konsumsi tidak lagi berhenti pada aktivitas memiliki atau menggunakan suatu barang, tetapi juga berkembang menjadi aktivitas merepresentasikan kepemilikan tersebut kepada publik sebagai bagian dari pembentukan identitas sosial.

Konsumsi simbolik semakin menonjol ketika barang dan gaya hidup dikemas dalam bentuk visual yang menarik di media sosial. Featherstone (2007) dalam kajiannya mengenai budaya konsumen (*consumer culture*) menegaskan bahwa budaya konsumerisme mendorong individu menjadikan tubuh, gaya hidup, dan kepemilikan materi sebagai sarana untuk membangun identitas sosial serta menunjukkan posisi sosialnya di hadapan orang lain. *Flexing* merupakan manifestasi dari konsumsi simbolik tersebut, Individu tidak hanya mengonsumsi barang, tetapi juga memamerkannya untuk memperoleh makna sosial. Dengan demikian, *Flexing* bukan sekadar perilaku pamer, melainkan praktik sosial yang dipengaruhi oleh budaya konsumsi dan norma sosial yang berkembang di masyarakat digital. Perkembangan media sosial semakin memperkuat praktik konsumsi simbolik karena setiap individu memiliki kesempatan untuk mendokumentasikan dan membagikan berbagai pengalaman konsumtif kepada *audiens* yang lebih luas. Berbagai unggahan mengenai barang bermerek, aktivitas rekreasi, gaya hidup, maupun pencapaian ekonomi tidak hanya dipahami sebagai bentuk dokumentasi kehidupan sehari-hari, tetapi juga sebagai simbol yang membentuk persepsi masyarakat mengenai status sosial pemilik akun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa budaya konsumerisme pada era digital tidak hanya berlangsung melalui aktivitas konsumsi, tetapi juga melalui proses representasi simbolik yang dilakukan secara terus-menerus dalam ruang media sosial.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disintesis bahwa konsumsi simbolik dan budaya konsumerisme memiliki hubungan yang

erat dengan praktik *Flexing* di media sosial. Individu tidak hanya mengonsumsi barang atau menikmati suatu gaya hidup berdasarkan nilai guna, tetapi juga memanfaatkan berbagai simbol yang melekat pada barang maupun aktivitas tersebut sebagai media untuk membangun identitas dan memperoleh pengakuan sosial. Dalam penelitian ini, konsumsi simbolik dipahami sebagai landasan teoritis yang menjelaskan bagaimana berbagai bentuk unggahan mengenai prestasi, kepemilikan barang, kemampuan ekonomi, gaya hidup, maupun aktivitas usaha menjadi simbol representasi status sosial yang dipublikasikan melalui media sosial. Dengan demikian, praktik *Flexing* merupakan bagian dari dinamika budaya konsumerisme yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang representasi identitas.

d. Status Sosial dan Modal Simbolik

Status sosial merupakan konsep fundamental dalam sosiologi yang berkaitan dengan posisi individu dalam struktur sosial. Weber (1968) dalam karyanya *Economy and society* menjelaskan bahwa status sosial berkaitan dengan tingkat kehormatan dan penghargaan yang diberikan masyarakat kepada individu atau kelompok tertentu. Status tidak selalu ditentukan oleh kekayaan, tetapi juga oleh pengakuan sosial.

Berdasarkan pandangan Weber (1968), status sosial tidak hanya dipengaruhi oleh kepemilikan sumber daya ekonomi, tetapi juga ditentukan oleh tingkat penghormatan, kehormatan (*social honor*), dan pengakuan yang diberikan masyarakat kepada individu maupun kelompok tertentu. Dengan

demikian, status sosial merupakan hasil dari proses penilaian sosial yang berkembang dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam konteks masyarakat modern, bentuk pengakuan tersebut tidak lagi hanya diperoleh melalui interaksi secara langsung, tetapi juga melalui berbagai bentuk komunikasi yang berlangsung dalam ruang digital. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu ruang yang memungkinkan individu memperoleh pengakuan sosial melalui berbagai simbol yang dipublikasikan kepada masyarakat luas.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Soekanto (2017) menjelaskan bahwa status sosial merupakan kedudukan seseorang dalam masyarakat yang berkaitan dengan hak, kewajiban, serta penghargaan yang diperoleh berdasarkan peran yang dijalankan dalam kehidupan sosial. Kedudukan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya. Dalam perkembangan masyarakat modern, proses memperoleh pengakuan tersebut tidak lagi terbatas pada interaksi secara langsung, melainkan juga berlangsung melalui media sosial sebagai ruang interaksi digital yang memungkinkan individu menunjukkan berbagai bentuk identitas dan pencapaiannya kepada masyarakat luas.

Bourdieu (1986) dalam teorinya tentang *The forms of capital* memperluas konsep status sosial melalui teori modal, yang meliputi modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik. Modal simbolik merujuk pada pengakuan, prestise, dan legitimasi sosial yang diperoleh individu. Dalam masyarakat digital, media sosial menjadi arena utama

akumulasi modal simbolik. Menurut Bourdieu (1986), modal simbolik memiliki kedudukan yang sangat penting karena mampu menghasilkan legitimasi sosial yang diakui oleh lingkungan masyarakat. Modal simbolik tidak selalu berbentuk materi, tetapi dapat berupa reputasi, kehormatan, prestise, maupun berbagai bentuk pengakuan sosial yang diperoleh melalui interaksi dengan lingkungan. Dalam konteks media sosial, modal simbolik direpresentasikan melalui berbagai bentuk apresiasi digital, seperti meningkatnya jumlah pengikut (*followers*), tanda suka (*likes*), komentar positif, maupun tingginya tingkat interaksi terhadap suatu unggahan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang yang memungkinkan individu mengonversi modal ekonomi, modal budaya, maupun modal sosial menjadi modal simbolik yang memperkuat posisi sosialnya dalam lingkungan digital. Konsep modal simbolik yang dikemukakan oleh Bourdieu memberikan pemahaman bahwa pengakuan sosial dapat diperoleh melalui berbagai simbol yang memiliki makna dalam suatu lingkungan masyarakat. Dalam konteks media sosial, simbol-simbol tersebut diwujudkan melalui unggahan yang menampilkan prestasi, kepemilikan barang, gaya hidup, maupun keberhasilan ekonomi. Berbagai bentuk representasi tersebut menjadi sarana bagi individu untuk memperoleh legitimasi sosial dari pengguna media sosial lainnya. Dengan demikian, status sosial pada era digital tidak hanya dibangun melalui kondisi objektif yang dimiliki seseorang, tetapi juga melalui kemampuan individu dalam mengelola simbol-simbol yang dipublikasikan dalam ruang digital.

Perkembangan media sosial menunjukkan bahwa proses pembentukan status sosial tidak lagi bergantung pada interaksi tatap muka, tetapi juga berlangsung melalui representasi simbolik yang dibangun secara digital. Berbagai unggahan mengenai prestasi, kepemilikan barang, aktivitas gaya hidup, maupun keberhasilan ekonomi menjadi simbol yang digunakan individu untuk membangun persepsi mengenai identitas dan posisi sosialnya. Dengan demikian, status sosial pada era digital tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi objektif yang dimiliki seseorang, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengelola berbagai simbol yang dipublikasikan melalui media sosial.

Respons publik di media sosial, seperti *likes*, komentar, dan jumlah pengikut, dapat dipahami sebagai bentuk pengakuan simbolik. *Flexing* berfungsi sebagai strategi untuk memperoleh modal simbolik tersebut. Dengan menampilkan simbol-simbol kemapanan, individu berupaya meningkatkan posisi sosialnya baik di ruang digital maupun dalam kehidupan sosial nyata

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disintesis bahwa status sosial merupakan bentuk pengakuan yang diperoleh individu melalui proses interaksi sosial yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi telah memperluas proses tersebut ke dalam ruang digital, sehingga media sosial menjadi salah satu arena penting dalam pembentukan dan representasi status sosial. Melalui berbagai simbol yang dipublikasikan, individu tidak hanya menunjukkan kondisi ekonomi maupun pencapaian pribadi, tetapi juga membangun identitas serta memperoleh legitimasi sosial dari pengguna media sosial lainnya. Dalam

penelitian ini, praktik *flexing* dipahami sebagai salah satu bentuk representasi status sosial yang memanfaatkan simbol-simbol digital untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan, dan memperkuat posisi sosial dalam lingkungan digital. Oleh karena itu, konsep status sosial menjadi landasan teoritis yang penting untuk memahami bagaimana praktik *flexing* berkembang sebagai bagian dari dinamika komunikasi dan interaksi sosial pada era digital..

e. *Flexing* sebagai Representasi Status Sosial

Fenomena *flexing* merupakan salah satu bentuk perilaku yang semakin berkembang seiring meningkatnya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. *Flexing* merujuk pada tindakan menampilkan atau memamerkan kekayaan, gaya hidup, pencapaian, maupun berbagai simbol kemapanan lainnya kepada publik melalui platform digital. Dalam konteks media sosial, *flexing* tidak hanya dipahami sebagai perilaku pamer, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi simbolik yang digunakan untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial.

Menurut Chairunnisak, S., Ludhfi, S., Kardiati, D., Akmal, F., Isma, Y. S., Jamiati, K. N., & Fadhillah, S. K. (2025)., *flexing* merupakan strategi representasi diri yang dilakukan individu melalui media sosial untuk membangun citra diri, memperoleh validasi sosial, serta mendapatkan pengakuan dari lingkungan digital. Melalui berbagai unggahan yang menampilkan pencapaian, gaya hidup, maupun simbol status sosial, individu berusaha membentuk persepsi tertentu mengenai dirinya di hadapan khalayak digital. Berdasarkan pandangan tersebut, praktik *flexing* tidak lagi dipahami

sebagai aktivitas yang berorientasi pada kepemilikan materi semata, tetapi telah berkembang menjadi strategi komunikasi yang memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk membangun identitas dan memperoleh pengakuan sosial. Berbagai simbol yang ditampilkan melalui unggahan digital memiliki fungsi untuk membentuk persepsi tertentu mengenai keberhasilan, kemampuan ekonomi, maupun posisi sosial individu. Dengan demikian, *flexing* merupakan bentuk representasi diri yang dilakukan secara sadar melalui pemanfaatan berbagai fitur media sosial sebagai sarana komunikasi simbolik.

Fenomena *flexing* juga berkaitan erat dengan proses representasi status sosial. Hall (1997) dalam karyanya *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices* menjelaskan bahwa representasi merupakan proses pembentukan makna melalui penggunaan simbol-simbol yang dapat dipahami oleh masyarakat. Dalam media sosial, simbol-simbol tersebut dapat berupa barang mewah, kendaraan, tempat wisata eksklusif, aktivitas konsumsi, pencapaian akademik maupun profesional, serta berbagai bentuk gaya hidup yang diasosiasikan dengan keberhasilan dan kemapanan sosial. Dalam perspektif representasi, simbol-simbol yang ditampilkan melalui media sosial tidak memiliki makna secara otomatis, melainkan memperoleh makna melalui proses interpretasi yang dilakukan oleh masyarakat sebagai audiens. Oleh karena itu, foto, video, *caption*, maupun bentuk komunikasi visual lainnya berfungsi sebagai media yang menyampaikan pesan mengenai identitas dan status sosial seseorang. Dalam konteks praktik *flexing*, berbagai simbol tersebut digunakan untuk membangun kesan tertentu sehingga mampu

memengaruhi cara pengguna media sosial lain memaknai identitas pemilik akun.

Penelitian Rosida, I., Az Zahra, F., Tuzzahrah, F., & Azzahra, S. (2023). menunjukkan bahwa *flexing* tidak selalu dilakukan semata-mata untuk memamerkan kekayaan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh pengakuan sosial dan membangun identitas diri di ruang digital. Media sosial memberikan kesempatan bagi individu untuk menampilkan sisi kehidupan yang dianggap bernilai sehingga dapat meningkatkan citra sosial di hadapan audiens.

Wahidah, J. N., & Khodijah. (2024). menjelaskan bahwa praktik *flexing* dipengaruhi oleh kebutuhan akan validasi sosial, keinginan memperoleh status sosial yang lebih tinggi, serta budaya digital yang mendorong individu untuk terus menunjukkan pencapaian dan gaya hidupnya kepada publik. Dalam kondisi tersebut, media sosial menjadi arena kompetisi simbolik yang memungkinkan individu membangun posisi sosial melalui berbagai bentuk representasi digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa praktik *flexing* berkembang sebagai bagian dari budaya komunikasi digital yang memungkinkan individu menampilkan berbagai aspek kehidupannya kepada publik. Keberadaan media sosial tidak hanya memperluas ruang komunikasi, tetapi juga menghadirkan ruang kompetisi simbolik yang mendorong individu untuk terus membangun citra diri melalui berbagai bentuk representasi visual. Akibatnya, simbol-simbol mengenai keberhasilan, gaya hidup, maupun pencapaian menjadi bagian penting dalam proses pembentukan identitas sosial di era digital.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disintesis bahwa *flexing* merupakan bentuk representasi status sosial yang berkembang sebagai bagian dari dinamika komunikasi digital pada era media baru. Praktik *flexing* tidak hanya berkaitan dengan aktivitas memperlihatkan kepemilikan materi, tetapi juga mencerminkan proses komunikasi simbolik yang bertujuan membangun identitas, memperoleh validasi sosial, serta memperkuat posisi individu dalam lingkungan digital. Berbagai simbol yang dipublikasikan melalui media sosial, seperti prestasi, kepemilikan barang, gaya hidup, aktivitas konsumsi, maupun keberhasilan ekonomi, menjadi media yang digunakan individu untuk membangun persepsi positif mengenai dirinya di hadapan khalayak. Dalam penelitian ini, *flexing* dipahami sebagai bentuk representasi status sosial yang dikonstruksi melalui simbol-simbol digital sehingga media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas, pengakuan sosial, dan legitimasi status dalam kehidupan masyarakat modern.

f. Karakteristik Masyarakat Urban dalam Konteks Lokal Dusun Petung Kecamatan Saradan

Masyarakat urban tidak hanya dipahami secara geografis, tetapi juga secara kultural dan sosial. Masyarakat urban merupakan kelompok masyarakat yang kehidupannya ditandai oleh tingkat mobilitas sosial yang tinggi, heterogenitas sosial, keterbukaan terhadap perubahan, serta kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan informasi. Dalam perkembangannya, konsep masyarakat urban tidak lagi hanya merujuk pada

masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan secara administratif, tetapi juga mencakup masyarakat yang telah mengadopsi pola pikir, gaya hidup, dan budaya yang berkembang di perkotaan.

Menurut Anthony Giddens (2002) dalam karyanya *Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives*, modernisasi dan globalisasi telah mendorong perubahan sosial yang menyebabkan batas antara masyarakat pedesaan dan perkotaan semakin kabur. Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan masyarakat di berbagai wilayah mengakses informasi, budaya, serta gaya hidup yang sebelumnya lebih banyak berkembang di kawasan perkotaan. Akibatnya, berbagai karakteristik masyarakat urban juga mulai ditemukan pada masyarakat yang berada di wilayah non-perkotaan.

Sejalan dengan itu, Simon Kemp (2024) dalam laporan *Digital 2024: Global Overview Report* menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan internet dan media sosial telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat secara signifikan. Akses digital yang semakin luas memungkinkan masyarakat untuk mengadopsi berbagai nilai, gaya hidup, serta budaya yang berkembang di ruang digital.

Selain itu, Nasrullah (2017) menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang bagi individu untuk membangun identitas, menampilkan citra diri, serta memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan digital. Dalam konteks ini, masyarakat tidak hanya berinteraksi, tetapi juga berupaya menampilkan

berbagai simbol yang merepresentasikan dirinya kepada khalayak. Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial telah mempercepat terjadinya perubahan sosial pada berbagai lapisan masyarakat, termasuk masyarakat yang berada di wilayah pedesaan. Kemudahan akses terhadap informasi menyebabkan masyarakat tidak lagi hanya dipengaruhi oleh lingkungan sosial di sekitarnya, tetapi juga oleh berbagai nilai, budaya, dan gaya hidup yang berkembang dalam ruang digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa karakteristik masyarakat urban tidak lagi semata-mata ditentukan oleh lokasi geografis, melainkan juga oleh pola interaksi, cara berpikir, serta kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Sejalan dengan itu, Soekanto (2017) menjelaskan bahwa perubahan sosial merupakan proses yang terjadi karena adanya perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, serta interaksi dengan kebudayaan lain yang mengubah pola kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut memengaruhi nilai-nilai sosial, pola perilaku, serta cara masyarakat membangun hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial menjadi salah satu faktor yang mendorong masyarakat Dusun Petung untuk mengadopsi berbagai karakteristik masyarakat urban meskipun secara administratif berada di wilayah pedesaan.

Dusun Petung Kecamatan Saradan menunjukkan karakteristik urban secara kultural. Akses terhadap internet dan media sosial telah memengaruhi

pola interaksi sosial masyarakat serta cara mereka memaknai kesuksesan, status sosial, dan relasi antar individu. Dalam konteks tersebut, fenomena *flexing* menjadi bagian dari dinamika sosial lokal yang menarik untuk dikaji karena tidak hanya berkaitan dengan citra diri di ruang digital, tetapi juga dengan upaya memperoleh pengakuan dan status sosial di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disintesis bahwa masyarakat urban tidak lagi dipahami hanya berdasarkan batas wilayah administratif, tetapi juga berdasarkan karakteristik sosial, budaya, serta pola interaksi yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan media sosial dan teknologi komunikasi telah mempercepat proses transformasi sosial sehingga masyarakat di wilayah pedesaan juga memiliki peluang yang sama untuk mengadopsi gaya hidup, pola komunikasi, dan budaya digital yang sebelumnya lebih identik dengan masyarakat perkotaan. Dalam penelitian ini, masyarakat Dusun Petung dipahami sebagai masyarakat yang menunjukkan karakteristik urban secara kultural karena kehidupan sosialnya telah dipengaruhi oleh penggunaan media sosial sebagai ruang komunikasi, pembentukan identitas, serta representasi status sosial. Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan mengapa fenomena *flexing* berkembang dan menjadi bagian dari dinamika sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat setempat.

g. Fenomenologi sebagai Landasan Pendekatan Teoritis

Fenomenologi merupakan pendekatan yang berfokus pada pemahaman pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena. Sebagaimana fenomena tersebut dialami, dimaknai, dan direfleksikan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini berangkat dari pandangan bahwa setiap pengalaman memiliki makna yang hanya dapat dipahami melalui perspektif individu yang mengalaminya, sehingga peneliti berupaya mengungkap esensi pengalaman tersebut secara mendalam tanpa mengabaikan konteks sosial yang melatarbelakanginya.

Husserl (1970) menekankan bahwa realitas sosial harus dipahami melalui pengalaman sadar individu (*lived experience*). Pendekatan ini bertujuan menggali makna yang diberikan individu terhadap fenomena yang dialaminya. Menurut Husserl, pengalaman sadar menjadi dasar bagi terbentuknya pemahaman manusia terhadap realitas yang dihadapinya. Oleh karena itu, fenomenologi tidak hanya berusaha mendeskripsikan suatu fenomena sebagaimana tampak di permukaan, tetapi juga berupaya memahami makna yang terkandung di balik pengalaman tersebut melalui proses refleksi yang dilakukan oleh individu. Pandangan ini menjadi dasar berkembangnya pendekatan fenomenologi dalam berbagai penelitian sosial yang berorientasi pada pemahaman makna pengalaman manusia.

Alfred Schutz (1967) mengembangkan pendekatan fenomenologi ke dalam ilmu sosial dengan menekankan bahwa realitas sosial dibentuk melalui pengalaman subjektif dan interaksi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Schutz, individu memberikan makna terhadap tindakan, peristiwa, dan lingkungan sosial berdasarkan pengalaman yang mereka alami secara langsung. Oleh karena itu, untuk memahami suatu fenomena sosial, peneliti perlu memahami bagaimana individu memaknai pengalaman tersebut dari sudut pandang mereka sendiri. Pandangan Schutz tersebut menjadi landasan penting dalam penelitian fenomenologi karena memungkinkan peneliti memahami makna yang terkandung di balik tindakan sosial yang dilakukan individu. Dalam konteks penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana individu memaknai praktik *flexing* sebagai bagian dari pengalaman sosial mereka di media sosial.

Sejalan dengan itu, Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengungkap esensi dari pengalaman yang dialami individu terhadap suatu fenomena tertentu. Fokus utama fenomenologi bukan hanya pada peristiwa yang tampak di permukaan, melainkan pada makna yang diberikan individu terhadap pengalaman tersebut.

Van Manen (2016) juga menegaskan bahwa pendekatan fenomenologi berupaya memahami pengalaman hidup (*lived experience*) secara mendalam dengan menempatkan perspektif individu sebagai sumber utama pemahaman terhadap suatu fenomena. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali bagaimana suatu pengalaman dipersepsikan, dirasakan, dan direfleksikan oleh individu dalam kehidupan sehari-hari.

Smith, Flowers, dan Larkin (2022) menjelaskan bahwa fenomenologi memungkinkan peneliti memahami hubungan antara pengalaman pribadi, konteks sosial, dan proses pemaknaan yang dilakukan individu terhadap realitas yang mereka hadapi. Pendekatan ini relevan untuk mengkaji fenomena yang berkaitan dengan identitas, perilaku sosial, serta interaksi yang berkembang dalam lingkungan digital. Dalam penelitian fenomenologi, pengalaman individu tidak dipahami sebagai peristiwa yang berdiri sendiri, tetapi selalu berkaitan dengan konteks sosial, budaya, dan lingkungan tempat individu tersebut berada. Oleh karena itu, pemaknaan terhadap suatu fenomena dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya karena dipengaruhi oleh pengalaman hidup, latar belakang sosial, serta proses interaksi yang mereka alami. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa fenomenologi memberikan ruang bagi peneliti untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai makna suatu fenomena berdasarkan perspektif individu yang mengalaminya secara langsung.

Berdasarkan pandangan tersebut, fenomenologi dalam penelitian ini digunakan sebagai landasan teoritis untuk memahami bagaimana individu memaknai praktik *flexing* sebagai representasi status sosial di media sosial. Pendekatan ini membantu peneliti mengungkap makna subjektif yang melatarbelakangi tindakan individu dalam menampilkan simbol-simbol status sosial, serta bagaimana pengalaman tersebut dipahami dalam konteks kehidupan sosial masyarakat Dusun Petung Kecamatan Saradan. Pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti menggali esensi pengalaman

masyarakat Dusun Petung terhadap fenomena *flexing*, tanpa memberikan penilaian normatif. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman makna, bukan pengukuran frekuensi atau dampak kuantitatif

B. Kajian penelitian yang relevan

Penelitian terdahulu mengenai *Flexing* dan pamer kekayaan di media sosial umumnya berfokus pada aspek psikologis dan perilaku konsumtif. Chou dan Edge (2012) menemukan bahwa paparan konten kehidupan ideal di media sosial dapat memicu perbandingan sosial dan ketidakpuasan diri. Namun, penelitian tersebut cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian mengenai fenomena *flexing* di media sosial telah banyak dilakukan dengan beragam sudut pandang.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosida, Az Zahra, Tuzzahrah, dan Azzahra (2023) mengkaji budaya *Flexing* di era media sosial dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *Flexing* tidak hanya dilakukan untuk menunjukkan kekayaan atau gaya hidup tertentu, tetapi juga sebagai upaya memperoleh pengakuan sosial, membangun identitas diri, dan meningkatkan citra sosial di ruang digital. Penelitian tersebut menegaskan bahwa media sosial menjadi sarana bagi individu untuk menampilkan berbagai simbol status yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap dirinya. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih berfokus pada budaya *Flexing* secara umum dan belum secara khusus mengkaji fenomena *Flexing* sebagai representasi status sosial pada masyarakat urban dalam konteks lokal. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini secara khusus

menganalisis praktik *Flexing* sebagai representasi status sosial melalui pendekatan fenomenologi dengan memanfaatkan observasi non-partisipatif terhadap konten media sosial, sehingga mampu mengungkap makna subjektif yang melatarbelakangi praktik *Flexing* dalam kehidupan masyarakat urban di Dusun Petung Kecamatan Saradan.

Penelitian yang dimuat dalam jurnal JUITIK (2025) membahas *Flexing* sebagai strategi representasi diri di media sosial. Penelitian ini menekankan bahwa *Flexing* merupakan bentuk komunikasi simbolik untuk membangun identitas digital dan citra sosial yang diharapkan. Namun, fokus penelitian lebih diarahkan pada strategi komunikasi digital, belum mendalami makna subjektif pengalaman pelaku *Flexing* secara mendalam. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini tidak hanya membahas *Flexing* sebagai strategi komunikasi digital, tetapi juga berupaya memahami pengalaman subjektif pelaku dalam memaknai simbol-simbol status sosial yang ditampilkan melalui media sosial. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sudut pandang fenomenologis yang belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Wahidah dkk. (2024) yang mengkaji fenomena *Flexing* di media sosial dari sudut pandang sosial dan ekonomi. Penelitian ini menemukan bahwa *Flexing* berdampak pada relasi sosial, pola konsumsi, serta persepsi kesuksesan di masyarakat digital. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih menyoroti dampak *Flexing* dan belum menggali pengalaman subjektif pelaku dalam memaknai status sosialnya.

Berbeda dengan penelitian Wahidah dkk. (2024) yang lebih menitikberatkan pada dampak sosial dan ekonomi dari praktik *Flexing*, penelitian ini berfokus pada proses pemaknaan yang dilakukan individu terhadap praktik *Flexing* sebagai representasi status sosial. Fokus tersebut memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai alasan individu memilih menampilkan simbol-simbol tertentu sebagai bagian dari identitas dan posisi sosialnya di media digital.

Secara umum, penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fenomena *Flexing* telah banyak dikaji dari perspektif komunikasi digital, budaya konsumsi, pembentukan identitas, maupun dampak sosial penggunaan media sosial. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada perilaku *Flexing* sebagai gejala sosial dan belum banyak mengungkap bagaimana pengalaman subjektif individu membentuk makna di balik praktik tersebut. Selain itu, penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologi dengan memanfaatkan observasi non-partisipatif terhadap konten media sosial sebagai sumber data utama masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menempatkan *flexing* sebagai representasi status sosial yang dimaknai melalui pengalaman individu dalam konteks masyarakat urban di Dusun Petung Kecamatan Saradan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Flexing* telah dikaji sebagai fenomena budaya digital, konsumsi simbolik, serta strategi representasi diri. Namun, masih terdapat celah penelitian terkait pemaknaan subjektif pelaku *Flexing* dalam

merepresentasikan status sosial, khususnya pada masyarakat urban di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan memfokuskan kajian pada pengalaman dan makna fenomenologis pelaku *Flexing* sebagai representasi status sosial di media sosial. Penelitian ini menempatkan diri secara berbeda dengan menggunakan pendekatan fenomenologis dan konteks lokal Dusun Petung Kecamatan Saradan. Fokus penelitian diarahkan pada pengalaman subjektif dan pemaknaan sosial, sehingga memberikan kontribusi kebaruan dalam kajian fenomena *Flexing*.

C. Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan hasil kajian penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, diketahui bahwa fenomena *Flexing* telah banyak dikaji dari perspektif komunikasi digital, presentasi diri, budaya konsumsi, pembentukan identitas, maupun pencarian pengakuan sosial melalui media digital. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang yang memungkinkan individu merepresentasikan dirinya melalui simbol-simbol tertentu. Namun, penelitian terdahulu masih cenderung membahas *Flexing* sebagai perilaku sosial secara umum dan belum secara komprehensif mengkaji bagaimana simbol-simbol digital digunakan sebagai representasi status sosial melalui pengalaman subjektif individu dalam konteks masyarakat urban. Oleh karena itu, penelitian ini menyusun kerangka pemikiran yang mengintegrasikan hasil penelitian terdahulu dengan landasan teori yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara media sosial sebagai ruang representasi, praktik *Flexing*, simbol-simbol digital, dan status sosial dalam perspektif fenomenologi.

Berdasarkan kajian pustaka di atas, *Flexing* dipahami sebagai fenomena sosial yang terbentuk dari interaksi antara budaya digital, konsumsi simbolik, dan pencarian status sosial. Media sosial berfungsi sebagai ruang representasi, sementara individu berperan sebagai aktor yang mengonstruksi citra diri melalui simbol-simbol status.

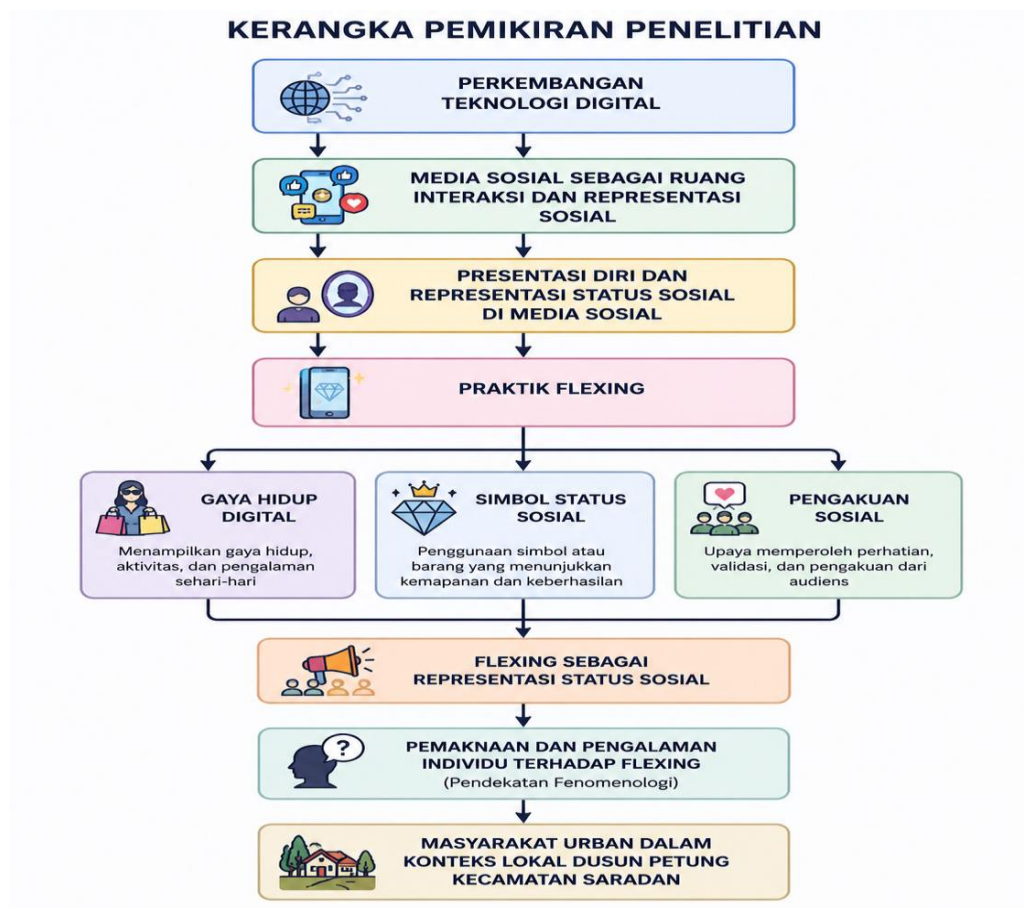
Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman dan makna subjektif individu, sehingga penelitian ini diarahkan untuk menemukan esensi fenomena *Flexing* sebagai representasi status sosial dalam kehidupan masyarakat Dusun Petung Kecamatan Saradan.

Kerangka pemikiran penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa perkembangan media sosial telah menciptakan ruang sosial baru yang memungkinkan individu untuk membangun, menampilkan, dan merepresentasikan identitas serta status sosialnya secara digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena simbolik tempat individu melakukan presentasi diri dan memperoleh pengakuan sosial. Masyarakat digital, khususnya pada masyarakat yang secara kultural telah mengadopsi nilai-nilai urban, status sosial tidak lagi semata-mata ditentukan oleh faktor struktural seperti pekerjaan atau pendapatan, melainkan juga oleh simbol-simbol yang ditampilkan dan diakui secara sosial. Simbol-simbol tersebut dapat berupa kepemilikan materi, gaya hidup, aktivitas konsumsi, maupun pencapaian tertentu yang dikomunikasikan melalui media sosial. Proses representasi simbolik inilah yang kemudian melahirkan fenomena *Flexing*.

Flexing dipahami dalam penelitian ini sebagai praktik sosial yang muncul dari interaksi antara budaya digital, konsumsi simbolik, dan kebutuhan akan pengakuan sosial. Individu secara sadar maupun tidak sadar menampilkan simbol-simbol tertentu di media sosial sebagai bagian dari strategi presentasi diri. Melalui unggahan visual dan narasi, individu berusaha membangun citra diri yang merepresentasikan posisi sosial tertentu di hadapan *audiens* digital.

Dalam perspektif teori modal simbolik, praktik *Flexing* dapat dipahami sebagai upaya individu untuk mengonversi modal ekonomi dan budaya menjadi modal simbolik. Media sosial menyediakan mekanisme pengakuan simbolik melalui respons *audiens*, seperti jumlah *likes*, komentar, dan pengikut. Pengakuan ini kemudian berperan dalam memperkuat status sosial individu, baik di ruang digital maupun dalam relasi sosial di kehidupan nyata. Praktik *Flexing* tidak memiliki makna yang tunggal. Makna *Flexing* dibentuk melalui pengalaman subjektif individu dan konteks sosial tempat individu tersebut berada. Dalam konteks masyarakat Dusun Petung Kecamatan Saradan, yang secara geografis berada di wilayah non-perkotaan namun secara kultural telah terpapar nilai-nilai urban dan teknologi digital, fenomena *Flexing* memiliki dinamika tersendiri. Praktik ini tidak hanya berkaitan dengan citra diri di media sosial, tetapi juga berimplikasi pada persepsi sosial, relasi antar warga, serta standar sosial mengenai kesuksesan dan kemapanan. kerangka pemikiran penelitian ini mengarahkan analisis pada hubungan antara media sosial sebagai ruang representasi, praktik *Flexing* sebagai bentuk presentasi diri dan konsumsi simbolik, serta status sosial sebagai hasil dari proses pemaknaan

dan pengakuan simbolik. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menemukan esensi pengalaman masyarakat terhadap fenomena *Flexing* dalam konteks sosial lokal Dusun Petung Kecamatan Saradan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran penelitian ini disusun berdasarkan keterkaitan antara perkembangan teknologi digital, media sosial, teori presentasi diri, teori representasi status sosial, serta pendekatan fenomenologi sebagai landasan dalam memahami fenomena *Flexing* di media sosial. Perkembangan teknologi digital telah melahirkan media sosial sebagai ruang interaksi, komunikasi, dan representasi diri yang memungkinkan

setiap individu membangun identitas digital melalui berbagai bentuk unggahan. Dalam ruang digital tersebut, pengguna media sosial melakukan presentasi diri dengan menampilkan simbol-simbol yang dianggap mampu merepresentasikan keberhasilan, prestise, maupun status sosial di hadapan khalayak. Simbol-simbol tersebut diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti publikasi prestasi, kepemilikan barang, kemampuan ekonomi, gaya hidup, maupun aktivitas usaha yang kemudian membentuk praktik *Flexing* sebagai representasi status sosial. Praktik tersebut tidak hanya dipahami sebagai aktivitas memperlihatkan kepemilikan materi, tetapi juga sebagai proses komunikasi simbolik yang bertujuan membangun identitas, memperoleh pengakuan sosial, serta memperkuat posisi individu dalam ruang digital. Selanjutnya, fenomena tersebut dianalisis menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami makna pengalaman subjektif yang melatarbelakangi praktik *Flexing* sebagai representasi status sosial. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana masyarakat urban di Dusun Petung, Kecamatan Saradan memaknai praktik *Flexing* dalam konteks kehidupan sosial dan budaya digital yang berkembang di lingkungan masyarakat setempat. Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menunjukkan hubungan yang sistematis antara landasan teori, fenomena yang diteliti, serta fokus penelitian sehingga menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian dan analisis data.