

***Flexing* Sebagai Representasi Status Sosial di Era Digital: Studi Kualitatif pada Masyarakat Urban Pengguna Media Sosial**

Adinata Ramadhan Saparianto Prayoga¹, Asroful Kadafi², Suharni³

¹Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun, Madiun
email: adinata ramadhan_2202103034@mhs.unipma.ac.id

²Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun, Madiun
email: asrofulkadafi@unipma.ac.id

³Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun, Madiun
email: harnibk@unipma.ac.id

Kata Kunci / Keywords	Abstrak / Abstract
<i>flexing</i> , representasi status sosial, media sosial, fenomenologi, masyarakat urban.	Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu membangun identitas dan merepresentasikan status sosial di ruang digital. Salah satu fenomena yang berkembang adalah <i>flexing</i> , yaitu perilaku menampilkan pencapaian, kepemilikan barang, gaya hidup, maupun aktivitas tertentu melalui media sosial sebagai bentuk representasi diri. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk-bentuk <i>flexing</i> , faktor-faktor yang melatarbelakanginya, serta makna <i>flexing</i> sebagai representasi status sosial pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung, Kecamatan Saradan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologi deskriptif. Data diperoleh melalui observasi non-partisipatif terhadap unggahan media sosial dan dokumentasi digital yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik <i>flexing</i> direpresentasikan melalui unggahan mengenai kepemilikan barang, gaya hidup, aktivitas usaha, dan pencapaian pribadi sebagai simbol status sosial. Praktik tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan memperoleh pengakuan sosial, pembentukan identitas digital, serta budaya konsumsi simbolik. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang representasi sosial yang memungkinkan individu membangun citra diri sekaligus memperoleh legitimasi sosial melalui simbol-simbol digital.
<i>Flexing</i> , social status representation, social media, phenomenology, urban society	<i>The development of social media has transformed the way individuals construct their identities and represent their social status in digital spaces. One emerging phenomenon is flexing, which refers to the practice of displaying achievements, material possessions, lifestyles, or certain activities on social media as a form of self-representation. This study aims to describe the forms of flexing, the factors underlying the phenomenon, and the meaning of flexing as a representation of social status among urban social media users in Dusun Petung, Saradan District. This research employed a qualitative approach with a descriptive phenomenological design. Data were collected through non-participant observation of social media posts and digital documentation selected using purposive sampling. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, which consists of</i>

data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that flexing is represented through posts displaying ownership of goods, lifestyle, business activities, and personal achievements as symbols of social status. These practices are influenced by the need for social recognition, the construction of digital identity, and the culture of symbolic consumption. This study concludes that social media has become a space for social representation, enabling individuals to construct self-image while gaining social legitimacy through digital symbols.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi masyarakat dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi berbasis media digital. Kehadiran media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang memungkinkan individu membangun identitas, menampilkan citra diri, dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Berbagai platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan X memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membagikan aktivitas, pengalaman, pencapaian, maupun gaya hidup kepada khalayak secara luas. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai ruang representasi sosial yang membentuk cara individu dipersepsikan oleh orang lain.

Perubahan fungsi media sosial melahirkan berbagai fenomena sosial baru, salah satunya adalah *flexing*. Fenomena *flexing* merujuk pada perilaku individu yang menampilkan kepemilikan barang, gaya hidup, aktivitas usaha, perjalanan, maupun pencapaian pribadi melalui media sosial. Praktik tersebut tidak hanya bertujuan mendokumentasikan aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi sarana membangun identitas dan memperoleh pengakuan sosial di ruang digital. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai media representasi yang memungkinkan individu menyampaikan makna tertentu melalui simbol-simbol visual maupun narasi yang dibagikan kepada publik.

Representasi merupakan proses pembentukan makna melalui penggunaan bahasa, tanda, maupun simbol yang dipahami bersama dalam suatu budaya. Oleh karena itu, setiap unggahan pada media sosial mengandung makna yang dapat ditafsirkan oleh pengguna lain sesuai pengalaman, pengetahuan, dan konteks sosial yang dimiliki. Kepemilikan barang, gaya hidup, maupun pencapaian yang dipublikasikan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas pribadi, tetapi juga dapat dimaknai sebagai simbol keberhasilan, prestise, dan status sosial.

Fenomena *flexing* semakin menarik untuk dikaji karena tidak hanya terjadi pada figur publik atau influencer, tetapi juga telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat umum, termasuk masyarakat urban di wilayah pedesaan. Intensitas penggunaan media sosial yang semakin tinggi mendorong individu untuk membangun identitas digital melalui berbagai bentuk representasi visual. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang sosial baru yang memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri maupun cara masyarakat memberikan penilaian terhadap orang lain.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa praktik *flexing* berkaitan dengan pembentukan identitas digital, kebutuhan akan pengakuan sosial, budaya konsumsi, dan perubahan pola komunikasi masyarakat di era digital. Namun, sebagian besar penelitian masih

berfokus pada kalangan selebritas, content creator, atau masyarakat perkotaan. Penelitian mengenai representasi status sosial melalui praktik *flexing* pada masyarakat urban di wilayah lokal masih relatif terbatas sehingga diperlukan kajian yang lebih kontekstual.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk *flexing*, mengidentifikasi faktor-faktor yang melatarbelakanginya, serta menganalisis makna *flexing* sebagai representasi status sosial pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung, Kecamatan Saradan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Bimbingan dan Konseling, khususnya dalam memahami dinamika perilaku sosial masyarakat pada era digital, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai representasi sosial dalam penggunaan media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi deskriptif. Pendekatan fenomenologi dipilih karena bertujuan memahami makna yang terkandung dalam fenomena *flexing* sebagai representasi status sosial berdasarkan realitas yang ditampilkan pengguna media sosial. Penelitian berfokus pada bagaimana individu membangun dan merepresentasikan identitas sosial melalui unggahan digital serta bagaimana makna tersebut dapat dipahami dalam konteks kehidupan masyarakat urban di Dusun Petung, Kecamatan Saradan.

Lokasi penelitian berada di Dusun Petung, Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh masyarakat serta ditemukannya berbagai bentuk unggahan yang menunjukkan praktik *flexing*. Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu akun media sosial yang memenuhi kriteria tertentu, seperti aktif mengunggah konten mengenai gaya hidup, kepemilikan barang, aktivitas usaha, maupun pencapaian pribadi yang merepresentasikan status sosial.

Sumber data terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi non-partisipatif terhadap unggahan media sosial yang sesuai dengan fokus penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi digital berupa tangkapan layar (screenshot), literatur ilmiah, artikel jurnal, buku, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati unggahan media sosial tanpa melibatkan peneliti dalam aktivitas subjek penelitian. Aspek yang diamati meliputi bentuk unggahan, simbol status sosial yang ditampilkan, narasi atau caption, interaksi pengguna, serta konteks visual yang mendukung representasi status sosial. Selanjutnya, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar unggahan yang relevan sebagai bukti empiris penelitian sekaligus bahan analisis.

Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap kondensasi, peneliti menyeleksi, mengelompokkan, dan menyederhanakan data sesuai fokus penelitian. Tahap berikutnya adalah penyajian data dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola, tema, dan hubungan antardata yang diperoleh selama penelitian.

Keabsahan data dijaga melalui peningkatan ketekunan pengamatan, kecukupan referensi, serta triangulasi teori. Langkah tersebut dilakukan agar interpretasi yang dihasilkan memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dan sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, seluruh proses penelitian memperhatikan etika penelitian dengan menjaga kerahasiaan

identitas pemilik akun media sosial melalui penyamaran identitas serta penggunaan data hanya untuk kepentingan akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk-Bentuk Flexing sebagai Representasi Status Sosial

Hasil observasi menunjukkan bahwa praktik *flexing* pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung diwujudkan melalui berbagai bentuk unggahan yang menampilkan simbol-simbol tertentu sebagai representasi status sosial. Bentuk representasi tersebut tidak hanya berupa kepemilikan barang bernilai ekonomi, tetapi juga mencakup gaya hidup, aktivitas usaha, pencapaian pribadi, serta pengalaman yang dipublikasikan melalui media sosial. Unggahan mengenai kendaraan pribadi, telepon genggam, pakaian bermerek, maupun aktivitas di tempat-tempat tertentu menjadi bentuk representasi yang paling sering ditemukan. Selain itu, terdapat pula unggahan yang memperlihatkan perkembangan usaha, keberhasilan memperoleh pendapatan, serta aktivitas bekerja sebagai bentuk pencapaian yang ingin diketahui oleh pengguna media sosial lainnya. Berbagai simbol tersebut menunjukkan bahwa praktik *flexing* tidak selalu berkaitan dengan kemewahan, tetapi juga dapat berupa representasi keberhasilan, produktivitas, dan pencapaian individu.

Tabel 1. Bentuk-bentuk *Flexing*

Bentuk Flexing	Representasi yang Ditampilkan	Makna yang Direpresentasikan
1. Kepemilikan barang	Kendaraan, pakaian Kemapanan ekonomi	Kemapanan ekonomi
2. Gaya hidup	Wisata, kuliner, tempat hiburan	Prestise dan pengalaman
3. Aktivitas usaha	Promosi usaha, hasil penjualan	Produktivitas dan keberhasilan
4. Pencapaian pribadi	Prestasi akademik maupun pekerjaan	Kompetensi dan aktualisasi diri
5. Aktivitas sehari-hari	Dokumentasi kegiatan positif	Pembentukan identitas digital

Hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang representasi sosial yang memungkinkan individu membangun identitas melalui simbol-simbol yang dipublikasikan kepada masyarakat

Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Praktik *Flexing*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flexing* tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan:

Faktor pertama adalah kebutuhan memperoleh pengakuan sosial. Pengguna media sosial cenderung menampilkan berbagai aspek kehidupannya agar memperoleh perhatian, apresiasi, dan respons positif dari pengguna lain. Bentuk pengakuan tersebut terlihat dari jumlah likes, komentar, views, maupun peningkatan jumlah followers. Respons tersebut menjadi indikator bahwa representasi yang dibangun melalui media sosial berhasil diterima oleh lingkungan digital.

Faktor kedua adalah pembentukan identitas digital. Melalui media sosial, individu memiliki kebebasan memilih informasi yang ingin dipublikasikan sehingga citra yang muncul

di ruang digital sering kali merupakan hasil seleksi terhadap pengalaman yang dianggap paling bernilai. Dalam penelitian ini, unggahan mengenai aktivitas usaha, pencapaian akademik, pekerjaan, perjalanan, maupun kepemilikan barang menjadi sarana untuk membangun identitas sebagai pribadi yang produktif, berhasil, dan memiliki posisi sosial tertentu.

Faktor ketiga adalah budaya konsumsi di era digital. Perkembangan media sosial mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memaknai kepemilikan barang maupun pengalaman hidup. Berbagai objek yang ditampilkan dalam unggahan tidak hanya dipandang dari nilai fungsinya, tetapi juga dari nilai simbolik yang melekat padanya. Oleh karena itu, berbagai bentuk konsumsi kemudian dipublikasikan sebagai simbol keberhasilan yang diharapkan mampu meningkatkan pengakuan sosial.

Selain itu, karakteristik media sosial yang bersifat terbuka, interaktif, dan berbasis visual turut memperkuat praktik *flexing*. Setiap pengguna memiliki kesempatan yang sama untuk membangun citra diri melalui foto, video, maupun narasi yang dipublikasikan. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya ruang kompetisi simbolik, yaitu upaya individu untuk menampilkan identitas digital yang dianggap lebih menarik dibandingkan pengguna lainnya. Akibatnya, praktik *flexing* berkembang sebagai bagian dari budaya komunikasi masyarakat pada era digital.

Makna *Flexing* sebagai Representasi Status Sosial

Berdasarkan hasil observasi, praktik *flexing* memiliki makna yang beragam sesuai dengan pengalaman dan tujuan masing-masing pengguna media sosial. Sebagian pengguna memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk mendokumentasikan perjalanan hidup, pencapaian, maupun perkembangan usaha yang telah diraih. Dalam konteks tersebut, *flexing* dipahami sebagai bentuk ekspresi diri dan rasa syukur atas hasil yang diperoleh.

Di sisi lain, terdapat pengguna yang memanfaatkan *flexing* sebagai sarana membangun citra diri agar memperoleh perhatian dan pengakuan dari lingkungan sosial. Berbagai simbol yang ditampilkan melalui unggahan digital kemudian menjadi media komunikasi yang membentuk persepsi masyarakat terhadap identitas pemilik akun. Dengan demikian, makna *flexing* tidak hanya berkaitan dengan kepemilikan materi, tetapi juga berkaitan dengan proses pembentukan identitas sosial melalui simbol-simbol digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa representasi status sosial tidak selalu diukur dari tingkat kekayaan seseorang. Aktivitas usaha, prestasi pendidikan, pengalaman mengikuti kegiatan tertentu, maupun kemampuan mengembangkan diri juga menjadi simbol yang digunakan untuk menunjukkan keberhasilan. Hal tersebut menunjukkan bahwa representasi status sosial pada media sosial bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat digital.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial telah mengalami perubahan fungsi dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang representasi sosial. Berbagai unggahan yang dipublikasikan pengguna membentuk makna tertentu yang kemudian dipahami oleh masyarakat sebagai simbol identitas, pencapaian, maupun status sosial. Dengan demikian, praktik *flexing* merupakan bagian dari dinamika komunikasi digital yang berkembang seiring meningkatnya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flexing* pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung merupakan bentuk representasi yang dibangun melalui berbagai

simbol digital. Simbol tersebut berupa kepemilikan barang, gaya hidup, aktivitas usaha, pengalaman, maupun pencapaian pribadi yang dipublikasikan secara sadar melalui media sosial. Berbagai unggahan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi media penyampaian makna mengenai identitas dan posisi sosial individu dalam ruang digital.

Dalam perspektif teori representasi, setiap unggahan yang dipublikasikan melalui media sosial mengandung makna yang dibentuk melalui penggunaan simbol-simbol tertentu. Makna tersebut tidak muncul dari objek yang ditampilkan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh cara masyarakat menginterpretasikan simbol tersebut. Oleh karena itu, foto kendaraan, aktivitas wisata, keberhasilan usaha, maupun pencapaian pendidikan dapat dimaknai sebagai representasi keberhasilan, prestise, maupun status sosial oleh pengguna media sosial lainnya.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi ruang sosial baru yang memungkinkan individu membangun identitas digital secara lebih luas dibandingkan interaksi tatap muka. Pengguna memiliki kebebasan menentukan informasi yang akan dipublikasikan sehingga citra diri yang muncul merupakan hasil konstruksi berdasarkan pengalaman yang ingin ditampilkan kepada publik. Kondisi ini menunjukkan bahwa representasi status sosial di era digital tidak hanya dibentuk oleh kondisi sosial di dunia nyata, tetapi juga oleh aktivitas komunikasi yang dilakukan melalui media sosial.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa praktik *flexing* tidak selalu berorientasi pada perilaku pamer kekayaan. Sebagian pengguna menggunakan media sosial untuk membagikan perkembangan usaha, hasil kerja keras, prestasi akademik, maupun pengalaman yang dianggap mampu memberikan motivasi kepada pengguna lain. Namun demikian, terdapat pula pengguna yang lebih menonjolkan simbol-simbol material sebagai sarana memperoleh perhatian dan validasi sosial. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa makna *flexing* dipengaruhi oleh tujuan, pengalaman, dan latar belakang masing-masing individu.

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terkini yang menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang pembentukan identitas digital melalui proses representasi visual dan narasi. Identitas yang dibangun melalui media sosial tidak selalu menggambarkan keseluruhan kehidupan individu, tetapi lebih banyak menampilkan aspek-aspek yang dianggap mampu menghasilkan kesan positif dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Dengan demikian, praktik *flexing* merupakan bagian dari dinamika komunikasi digital yang berkembang seiring meningkatnya penggunaan media sosial dalam kehidupan masyarakat modern.

Penelitian ini memberikan gambaran bahwa fenomena *flexing* pada masyarakat urban di Dusun Petung tidak hanya berkaitan dengan konsumsi materi, tetapi juga mencerminkan perubahan cara masyarakat membangun identitas sosial pada era digital. Media sosial menjadi ruang representasi yang memungkinkan setiap individu menyampaikan makna mengenai dirinya melalui berbagai simbol yang dipublikasikan kepada masyarakat luas

Kebaruan Penelitian (Novelty)

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu karena menggunakan observasi non-partisipatif terhadap unggahan media sosial sebagai sumber data utama tanpa melakukan wawancara secara langsung dengan informan. Pendekatan tersebut memberikan gambaran mengenai praktik *flexing* berdasarkan perilaku digital yang ditampilkan secara alami oleh pengguna media sosial sehingga data yang diperoleh lebih mencerminkan aktivitas representasi yang terjadi di ruang digital.

Selain itu, penelitian ini dilakukan pada masyarakat urban di Dusun Petung, Kecamatan Saradan, sehingga memberikan perspektif baru bahwa fenomena *flexing* tidak hanya berkembang pada masyarakat perkotaan, selebritas, maupun content creator, tetapi juga telah

menjadi bagian dari kehidupan masyarakat lokal yang aktif menggunakan media sosial. Hasil penelitian ini memperluas kajian mengenai representasi status sosial di era digital serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu Bimbingan dan Konseling, khususnya dalam memahami perilaku sosial masyarakat di lingkungan digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik *flexing* pada masyarakat urban pengguna media sosial di Dusun Petung, Kecamatan Saradan, diwujudkan melalui berbagai bentuk representasi digital berupa unggahan mengenai kepemilikan barang, gaya hidup, aktivitas usaha, serta pencapaian pribadi. Berbagai bentuk unggahan tersebut digunakan sebagai media untuk membangun identitas digital sekaligus merepresentasikan status sosial kepada pengguna media sosial lainnya. Praktik *flexing* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kebutuhan memperoleh pengakuan sosial, keinginan membangun citra diri, perkembangan budaya digital, serta karakteristik media sosial yang memberikan ruang bagi setiap individu untuk menampilkan berbagai aspek kehidupannya. Dalam konteks penelitian ini, *flexing* tidak selalu dimaknai sebagai perilaku memamerkan kekayaan, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi simbolik yang digunakan individu untuk menyampaikan identitas, pengalaman, dan pencapaian yang dimiliki.

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah mengalami transformasi fungsi dari sekadar media komunikasi menjadi ruang representasi sosial. Simbol-simbol yang ditampilkan melalui unggahan digital membentuk makna tertentu yang kemudian dipahami masyarakat sebagai indikator identitas maupun status sosial seseorang. Oleh karena itu, pemahaman terhadap fenomena *flexing* perlu dilakukan secara komprehensif dengan mempertimbangkan pengalaman subjektif individu, konteks sosial, serta budaya digital yang berkembang di masyarakat. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Bimbingan dan Konseling, khususnya dalam memahami perilaku sosial masyarakat pada era digital. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji representasi sosial, budaya digital, perilaku pengguna media sosial, maupun fenomena *flexing* dengan pendekatan dan konteks yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Husserl, E. (1970). *The crisis of European sciences and transcendental phenomenology*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Kadafi, A., Dewi, N. K., Wardani, S. Y., Kholifah, N., & Fatmawati, C. F. (2025). Teenagers' understanding level about stunting in terms of gender. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 7(3), 597–602. <https://doi.org/10.37287/ijghr.v7i3.5771>
- Kadafi, A., Dewi, N. K., Wardani, S. Y., Kholifah, N., & Fatmawati, C. F. (2026). Preventing stunting in adolescents through religious-based peer guidance. *G-Couns*:

- Jurnal Bimbingan dan Konseling, 10(3), 2797–2805.
<https://doi.org/10.31316/g-couns.v10i03.8008>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Global overview report. We Are Social & Meltwater.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications..
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern* (Edisi ke-8). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1).
- Schutz, A. (1967). *The Phenomenology of the Social World*. Evanston: Northwestern University Press.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2022). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharni, S., Kadafi, A., & Pratama, B. D. (2023). Kolaborasi membangun karakter anak berkebutuhan khusus sekolah dan orang tua di SLBN Sambirejo. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi*, 2(1), 161–167.
<https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i1.1740>
- Suharni, S., Pratama, B. D., Anggriana, T. M., & Kadafi, A. (2023). Pemberdayaan lifeskill remaja dengan orang tua TKI melalui program support system. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3739–3748.
<https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.16272>
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact* (2nd ed.). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Van Manen, M. (2016). *Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy*. New York: Routledge.
- Yin, R. K. (2023). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (7th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Chairunnisak, S., Ludhfi, S., Kardiati, D., Akmal, F., Isma, Y. S., Jamiati, K. N., & Fadhilah, S. K. (2025). Flexing sebagai Strategi Representasi Diri di Media Sosial: Studi Fenomenologis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 177–185
- Rosida, I., Az Zahra, F., Tuzzahrah, F., & Azzahra, S. (2023). *Flexing Culture in the Age of Social Media: From Social Recognition to Self-Satisfaction*. *Simulacra*, 6(2), 193–208.
- Wahidah, J. N., & Khodijah. (2024). Fenomena Flexing di Medsos: Dampaknya Pada Hubungan Sosial dan Ekonomi. *Hidmah: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They Are Happier and Having Better Lives than I Am: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121.

- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. London: Sage Publications.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: Macmillan.
- Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on Instagram: Exploring attention economies and visibility cultures. *Social Media + Society*.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. Dalam J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.
- Weber, M. (1968). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. New York: Bedminster Press.
- boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Blackwell.
- Flick, U. (2022). *An Introduction to Qualitative Research* (7th ed.). London: Sage Publications.
- Giddens, A. (2002). *Runaway World: How Globalisation Is Reshaping Our Lives*. London: Profile Books.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386.
- Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research Ethics for Social Scientists*. London: Sage Publications.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- Marwick, A. E. (2023). *The Private Is Political: Networked Privacy and Social Media*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Soekanto, S. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Heriyanto, S., & Ismail, A. (2024). Media Instagram dan Perilaku Flexing (Kajian tentang Perilaku Flexing dalam Menunjukkan Eksistensi Diri sebagai Generasi Z di Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 47467–47475.
- Heriyanto, A., & Ismail, M. (2024). Praktik Flexing sebagai Bentuk Presentasi Diri di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 8(1), 55–69.
- Abrar, M. (2024). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif: Suatu Pengantar*. Jambi: UNJA Publisher.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV Syakir Media Press.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*. Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 21(1), 33–54.