

***FLEXING* SEBAGAI MEDIA EKSPRESI IDENTITAS PADA SISWA SMAN 1 BONDOALA KABUPATEN KONAWE (STUDI PADA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*)**

^{1,2,3}Hervina Rasak, ²Abdul Sarlan Menungsa, ³La Ode M. Nasir

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

Email: ¹rasakhervina@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana siswa SMAN 1 Bondoala memaknai dan melakukan aktivitas *flexing* sebagai bentuk ekspresi identitas di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap sembilan informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flexing* bukan sekadar perilaku pamer, melainkan strategi komunikasi simbolik untuk menampilkan identitas sosial dan memperoleh pengakuan di lingkungan digital. Siswa menampilkan diri dengan citra positif dan modern melalui unggahan foto, video, serta caption yang dirancang untuk menciptakan kesan ideal, namun tetap menjaga batas antara ruang pribadi dan publik. Fenomena ini menggambarkan bahwa media sosial menjadi panggung bagi remaja dalam membentuk dan mengekspresikan identitas diri di era digital.

Kata Kunci: *Flexing*; Ekspresi Diri; Identitas Sosial; Media Sosial; *Instagram*

Abstract

This study aims to explore how students of SMAN 1 Bondoala interpret and perform flexing as a form of identity expression on Instagram. The research employs a descriptive qualitative approach, using observation, interviews, and documentation with nine informants. The findings reveal that flexing is not merely an act of showing off but a symbolic communication strategy to display social identity and gain recognition in the digital environment. Students present themselves through positive and modern self-images using photos, videos, and captions designed to create an ideal impression while maintaining a boundary between private and public spheres. This phenomenon illustrates that social media serves as a stage for teenagers to construct and express their identities in the digital era.

Keywords: *Flexing*; Self-Expression; Social Identity; Social Media; *Instagram*

PENDAHULUAN

Fenomena *Flexing* sebagai praktik memamerkan berbagai aspek kehidupan melalui Platform digital telah menjadi gejala sosial yang mengemuka di kalangan remaja. *Flexing* istilah populer yang merujuk pada tindakan memamerkan atau menonjolkan aspek-aspek tertentu dari kehidupan seseorang, terutama melalui media sosial. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris "*to flex*" yang secara harfiah berarti "melenturkan" atau "memamerkan" (Syahrudin et al., 2023), dan dalam konteks budaya populer berkembang menjadi ekspresi untuk menunjukkan keunggulan, keberhasilan, atau keistimewaan diri. *Flexing*, dalam

konteks media sosial, adalah perilaku menunjukkan prestasi, kebahagiaan, dan gaya hidup mewah secara berlebihan. Ini bisa berupa memamerkan pencapaian, harta kekayaan, atau aspek-aspek lain yang mencerminkan keberhasilan seseorang. *Flexing* bukan hanya sekadar berbagi momen, tetapi lebih menonjolkan pencapaian dengan tujuan mendapatkan perhatian dan pengakuan.

Media sosial memiliki berbagai manfaat apabila dibandingkan dengan promosi lainnya seperti media konvensional. Misalnya, media sosial lebih mudah digunakan dibandingkan media konvensional seperti radio maupun televisi (Nurfaidah & Setyawan, 2023). Media sosial sebagai eksistensi diri, saat ini media sosial sudah sangat berkembang pesat, banyak aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial (Sulistyaningsih et al., 2024). Media sosial juga berfungsi sebagai ruang untuk pertukaran informasi, hiburan, promosi, hingga pembentukan identitas sosial. Contoh media sosial yang paling populer saat ini antara lain *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Twitter (X)*, dan *YouTube*, yang semuanya menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial dan komunikasi masyarakat modern. Media sosial di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 160 juta pengguna dari total penduduk sebanyak 270,2 juta. Kemudian pengguna media sosial pada tahun 2021 meningkat mencapai 170 juta penduduk (Masda et al., 2024).

Instagram dirancang untuk memudahkan pengguna mengekspresikan diri melalui gambar dan video yang dapat diedit menggunakan berbagai filter dan efek kreatif. Selain sebagai sarana hiburan, *Instagram* juga digunakan untuk membangun citra diri, promosi bisnis, dan interaksi sosial melalui fitur komentar, pesan langsung (*direct message*), siaran langsung (*live*), dan *reels* (Rorianti, 2019). Pengguna dapat mengikuti akun lain, memberikan tanda suka, serta berpartisipasi dalam tren atau tantangan yang berkembang. Dengan tampilannya yang menarik dan mudah digunakan, *Instagram* telah menjadi salah satu media sosial paling populer di dunia, terutama di kalangan remaja dan generasi muda yang menjadikannya sebagai ruang untuk menampilkan identitas, gaya hidup, dan aktivitas sehari-hari.

Siswa SMA Negeri 1 Bondoala, ditemukan bahwa aktivitas *Flexing* atau perilaku pamer diri cukup sering muncul di kalangan siswa, baik dalam bentuk langsung (*offline*) maupun melalui media sosial. Secara umum, *Flexing* dilakukan oleh sebagian siswa sebagai bentuk ekspresi diri dan pencarian pengakuan sosial di lingkungan pertemanan mereka. Fenomena ini terlihat terutama dalam aktivitas sehari-hari di sekolah, seperti penggunaan barang-barang bermerek, gaya berpakaian yang menonjol, hingga kebiasaan membagikan foto atau video di media sosial yang memperlihatkan kepemilikan materi atau pencapaian pribadi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pada penelitian pendekatan kualitatif bentuk data berupa kalimat atau narasi yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditampilkan. Landasan teori digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan di lapangan (Sugiyono, 2020). Menurut (Nasution, 2023) Metode studi kasus dapat diartikan sebagai metode atau strategi dalam penelitian untuk mengungkap kasus tertentu, apabila penelitian ingin di ungkapkan secara mendalam dan detail tentang situasi dan objek.

Dalam menentukan subjek penelitian, beberapa faktor perlu dipertimbangkan termasuk kesesuaian dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ketersediaan sumber daya (Ardyan, et al., 2023). Subjek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunitas siswa SMAN 1 Bondoala Informan dalam penelitian ini adalah murid

kelas 10 ada 3 orang, kelas 11 3 orang, kelas 12 ada 3 orang, dengan jumlah keseluruhan dari siswa yaitu 9 orang. Informan penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dibuat peneliti disesuaikan dengan tujuan penelitian serta dianggap mampu memberikan data dan informasi yang diharapkan peneliti (Arikunto, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Flexing* Sebagai Media Ekspresi Identitas Pada Siswa SMAN 1 Bondoala**

Menurut *Erving Goffman* dalam (Routledge, Smith, (2016) menjelaskan bahwa ekspresi diri adalah proses di mana individu menampilkan identitas sosialnya melalui tindakan simbolik dan komunikasi, baik dalam situasi langsung maupun melalui media. Artinya, ekspresi diri tidak hanya muncul lewat kata-kata, tapi juga melalui gaya berpakaian, pilihan aktivitas, dan cara berinteraksi dengan lingkungan social dengan tujuan menciptakan kesan positif di mata orang lain, menunjukkan identitas sosial atau status (misalnya sebagai siswa berprestasi, anak gaul, atau orang sukses), mendapatkan validasi sosial berupa pujian, perhatian, atau penerimaan, mengekspresikan emosi dan nilai-nilai pribadi.

Panggung depan

Panggung depan merupakan bagian dari teori ekspresi diri yang dikemukakan oleh *Erving Goffman*, di mana individu menampilkan dirinya di hadapan orang lain dengan tujuan membentuk kesan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, panggung depan menggambarkan bagaimana siswa SMAN 1 Bondoala menampilkan diri mereka di media sosial, khususnya melalui perilaku *Flexing* atau menunjukkan hal-hal yang dianggap menarik, keren, dan bernilai di mata orang lain. Beberapa siswa mengungkapkan bahwa sebelum mengunggah foto atau postingan, mereka mempertimbangkan hal-hal seperti pakaian yang digunakan, gaya *pose*, latar belakang foto, serta *caption* yang mendukung penampilan tersebut. Misalnya, salah satu informan menyebutkan bahwa dirinya lebih percaya diri mengunggah foto saat mengenakan pakaian baru atau saat sedang berada di tempat yang dianggap estetik. Hal ini menunjukkan adanya upaya siswa dalam membangun kesan tertentu di ruang publik digital.

Para siswa SMAN 1 Bondoala memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk menampilkan citra diri yang positif, menarik, dan sesuai dengan peran sosial yang ingin mereka tampilkan. Perilaku *flexing* yang dilakukan tidak semata-mata bertujuan untuk pamer, tetapi merupakan bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) di mana siswa berusaha menunjukkan sisi terbaik dari diri mereka baik melalui penampilan, prestasi, maupun gaya hidup agar mendapatkan apresiasi dan penerimaan sosial. Mereka secara sadar memperhatikan aspek visual seperti pakaian, pose, latar belakang, serta menambahkan *caption* yang mendukung citra yang ingin dibangun. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial *Instagram* berfungsi sebagai *panggung depan* tempat siswa berperan sebagai aktor yang menampilkan versi ideal dari diri mereka sebagai remaja yang percaya diri, modern, dan berprestasi. Secara konseptual, temuan ini sejalan dengan teori dramaturgi *Goffman* yang menegaskan bahwa kehidupan sosial merupakan bentuk pertunjukan, di mana individu mengatur cara mereka tampil di hadapan audiens untuk menciptakan kesan yang diinginkan.

Panggung Belakang

Panggung belakang (*back stage*) adalah ruang pribadi tempat individu dapat bersikap lebih autentik tanpa tekanan untuk mempertahankan citra sosial tertentu. Jika panggung depan (*front stage*) adalah tempat individu menampilkan diri di hadapan publik, maka panggung belakang adalah tempat seseorang melepas peran sosialnya dan bersikap sesuai dengan dirinya yang sebenarnya (*Vitak*, 2020). Dalam konteks penelitian ini, panggung belakang merujuk pada bagaimana siswa SMAN 1 Bondoala bersikap di luar media sosial atau ketika mereka tidak sedang menampilkan diri kepada publik.

Para siswa SMAN 1 Bondoala memiliki kesadaran yang tinggi dalam mengelola batas antara kehidupan pribadi dan citra publik di media sosial. Mereka cenderung menampilkan sisi positif seperti kebahagiaan, pertemanan, dan aktivitas menarik di media sosial, namun menyembunyikan hal-hal yang bersifat pribadi seperti masalah keluarga, kesedihan, atau hal yang dapat menimbulkan komentar negatif di panggung belakang. Temuan ini memperkuat konsep dramaturgi *Goffman* (1959) yang memandang kehidupan sosial sebagai panggung pertunjukan di mana individu memainkan peran berbeda sesuai konteks sosialnya. Dalam konteks penelitian ini, media sosial menjadi ruang performatif bagi siswa untuk mengekspresikan identitas ideal mereka, sementara ruang pribadi tetap dijaga sebagai bentuk autentisitas diri. Dengan demikian, perilaku siswa dalam menggunakan media sosial tidak hanya mencerminkan fenomena *Flexing* sebagai ajang pamer, tetapi juga sebagai strategi ekspresif untuk membangun citra positif, menjaga privasi, dan menyeimbangkan antara kehidupan publik dan pribadi, sejalan dengan temuan penelitian terdahulu seperti Hariyono (2024) yang menyoroiti kecenderungan remaja menampilkan versi ideal diri untuk memperoleh validasi sosial.

Manajemen Kesan

Manajemen kesan (*impression management*) setiap individu berusaha mengontrol dan mengatur kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain dalam interaksi sosial, individu bertindak layaknya aktor di atas panggung sosial memilih cara berbicara, berpakaian, berperilaku, dan menunjukkan emosi agar sesuai dengan peran dan citra yang diinginkan di hadapan audiens (*Leary, M. R. 2018*). Konsep *impression management* atau pengelolaan kesan menurut *Erving Goffman* (1959) menjelaskan bagaimana individu berupaya mengatur perilaku, penampilan, dan cara berbicara untuk membentuk kesan tertentu di hadapan orang lain. Dalam konteks media sosial, pengelolaan kesan menjadi semakin penting karena setiap unggahan, baik berupa foto, video, maupun caption, dapat membentuk citra diri seseorang di mata publik digital.

Konsep manajemen kesan sebagaimana dijelaskan oleh *Erving Goffman* (1959) dan *Leary* (2018) tercermin jelas dalam perilaku siswa SMAN 1 Bondoala saat menggunakan media sosial, khususnya *Instagram*. Para siswa secara sadar mengatur apa yang ingin mereka tampilkan kepada publik dengan tujuan membentuk citra positif sebagai individu aktif, berprestasi, dan menyenangkan. Unggahan seperti kegiatan jalan-jalan, nongkrong, atau prestasi sekolah menunjukkan adanya usaha untuk menampilkan peran terbaik di panggung depan digital, sementara aspek pribadi atau negatif disembunyikan sebagai bagian dari kontrol citra diri. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial menjadi arena performatif di mana siswa bertindak sebagai aktor yang menyesuaikan perilakunya agar sesuai dengan harapan audiens. Selain itu, kebutuhan akan *social validation* tampak melalui perasaan senang saat menerima *like* atau komentar positif, yang menjadi bentuk penguatan sosial dan mendorong mereka untuk terus aktif menampilkan diri. Namun, ketika ekspektasi tersebut tidak terpenuhi, beberapa siswa menunjukkan kemampuan adaptif dengan tidak terlalu memedulikan jumlah apresiasi yang diterima, menandakan adanya keseimbangan antara kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan diri. Secara teoritis, hasil ini memperkuat teori dramaturgi *Goffman* yang memandang kehidupan sosial sebagai panggung tempat individu mengatur kesan untuk audiens tertentu. Dari segi kajian konsep, temuan ini juga menegaskan bahwa *impression management* di era digital bukan sekadar upaya pencitraan, melainkan strategi komunikasi dan ekspresi diri untuk membangun identitas sosial yang diinginkan. Jika dikaitkan dengan penelitian Hariyono (2024) tentang Fenomena *Flexing* Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z, terdapat kesamaan dalam motivasi remaja untuk menampilkan citra ideal demi mendapatkan validasi sosial, namun penelitian ini menambahkan dimensi baru, yakni kesadaran siswa dalam menyeimbangkan antara kebutuhan pencitraan dan nilai

autentisitas diri, menunjukkan bentuk kontrol sosial yang lebih matang dalam penggunaan media sosial.

Pola Tindakan

Pola tindakan (*patterns of action*) merupakan istilah dalam sosiologi dan komunikasi yang merujuk pada rangkaian perilaku atau tindakan yang dilakukan individu secara berulang, terarah, dan memiliki makna sosial tertentu. Menurut Soekanto (2019), pola tindakan adalah pola perilaku yang terbentuk dari kebiasaan, nilai, dan norma yang diinternalisasi dalam kehidupan masyarakat, sehingga menjadi pedoman seseorang dalam bertindak di lingkungan sosial. Pola tindakan dalam teori dramaturgi *Erving Goffman* merujuk pada rangkaian perilaku yang dilakukan individu secara sadar maupun tidak sadar dalam memainkan perannya di hadapan audiens sosial. *Goffman* (1959) menjelaskan bahwa setiap individu bertindak layaknya seorang aktor di atas panggung kehidupan sosial, di mana setiap tindakan yang dilakukan memiliki tujuan untuk membentuk kesan tertentu di mata orang lain. Dalam konteks penelitian ini, pola tindakan mencerminkan strategi dan kebiasaan yang dilakukan oleh siswa SMAN 1 Bondoala saat menampilkan diri di media sosial melalui perilaku *Flexing*, baik dalam bentuk unggahan foto, video, maupun narasi caption yang menggambarkan citra diri ideal.

Presentasi diri (*self-presentation*) siswa SMAN 1 Bondoala di media sosial mencerminkan bentuk kesadaran sosial dalam mengelola citra diri yang ingin ditampilkan kepada publik. Para siswa berperan aktif layaknya aktor di panggung depan, sebagaimana dijelaskan dalam teori dramaturgi *Erving Goffman* (1959), dengan menampilkan sisi diri yang positif, menarik, dan pantas untuk dilihat orang lain, seperti gaya berpakaian, aktivitas pertemanan, dan prestasi. Namun, mereka tetap selektif dalam membagikan informasi pribadi, menunjukkan adanya batas antara ruang publik dan ruang privat. Hal ini sejalan dengan pandangan *Leary* (2018) yang menyebutkan bahwa presentasi diri merupakan usaha sadar untuk membentuk persepsi positif dari orang lain. Hasil penelitian juga mengonfirmasi temuan Hartono (2024) bahwa media sosial berfungsi sebagai panggung representasi diri di mana individu menampilkan identitas idealnya. Perbedaannya, siswa di Bondoala menampilkan gaya presentasi diri yang sederhana, natural, dan berimbang antara keinginan untuk diterima sosial dengan kebutuhan menjaga privasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku presentasi diri siswa di media sosial bukan hanya sebagai ajang pencitraan, tetapi juga sebagai strategi sosial untuk beradaptasi dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungan digital maupun sosial mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Flexing* sebagai media ekspresi identitas pada siswa SMAN 1 Bondoala dengan menggunakan teori ekspresi diri *Erving Goffman*, dapat disimpulkan bahwa perilaku *Flexing* bukan sekadar bentuk pamer, melainkan strategi komunikasi simbolik dalam menampilkan identitas sosial di media sosial, khususnya *Instagram*. Siswa menampilkan diri dengan citra positif, menarik, dan berprestasi melalui unggahan foto, video, serta *caption* yang disusun secara cermat dengan memperhatikan aspek visual seperti pakaian, pose, dan pencahayaan untuk membangun kesan diri ideal. Secara keseluruhan, *Flexing* bagi siswa SMAN 1 Bondoala berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan pembentukan identitas sosial yang sejalan dengan teori dramaturgi *Goffman*, di mana media sosial menjadi panggung digital bagi remaja untuk menampilkan versi terbaik dari dirinya modern, percaya diri, dan berprestasi tanpa kehilangan autentisitas dalam berinteraksi di era budaya digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017). *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Masda, Suyuti, N., & Asmurti. (2024). *Media sosial tiktok sebagai sumber informasi fashion*. 2(2), 140–146.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creativ.
- Nurfaidah, N. P., & Setyawan, S. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN KULINER TRADISIONAL DI WAROENG GANDROENG (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @WAROENGGANDROENG)*. 1–29.
- Rorianti, A. (2019). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP TINGKAT PARTISIPASI POLITIK MAHASISWA PADA PILGUB DKI JAKARTA 2017 (Studi terhadap Mahasiswa Ilmu Politik FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun Akademik 2015-2017)*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. alfabeta. cv.
- Sulistyaningsih, A. alma, Muslan, & Asmurti. (2024). *PALESTINA (GAZA) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 2(2), 179–183.
- Syahrudin, Menungsa, Abdul Sarlan, Mahdar, Amsurti, & Muslan. (2023). *fenomena komunikasi di era virtualisasi*. CV. GREEN PUBLISHER INDONESIA.