



Flexing di Media Sosial: Antara Gaya Hidup dan Tekanan Sosial pada Mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya

Selvia Febiani^{1*}, Dewi Pergiwati Wijaya², Sharen Sakita³

¹⁻³Pogram Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: selviafebiani2932@gmail.com

Abstract. *The development of digital technology has significantly changed the way students interact and present themselves in social life, especially through social media such as Instagram, TikTok, and Twitter. One of the emerging social phenomena is flexing, which refers to the behavior of showing off lifestyle, achievements, or ownership to gain attention and social recognition. This study aims to analyze how Sociology students of Sriwijaya University interpret flexing on social media and whether flexing is more dominant as a lifestyle or as a form of social pressure. This research uses a qualitative method with a literature review approach by examining various scientific articles, journals, and previous studies related to flexing, self-presentation, symbolic consumption, social validation, and Fear of Missing Out (FoMO). The results show that flexing is not only a form of self-presentation and symbolic consumption, but also a response to social pressure in the digital environment.*

Keywords: *Flexing; Self-Presentation; Social Media; Social Pressure; Students.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara mahasiswa berinteraksi dan menampilkan diri dalam kehidupan sosial, khususnya melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter. Salah satu fenomena sosial yang muncul adalah *flexing*, yaitu perilaku memamerkan gaya hidup, pencapaian, atau kepemilikan tertentu untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya memaknai *flexing* di media sosial serta apakah *flexing* lebih dominan sebagai gaya hidup atau sebagai bentuk tekanan sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur melalui kajian berbagai artikel ilmiah, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *flexing*, presentasi diri, konsumsi simbolik, validasi sosial, dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flexing* tidak hanya menjadi bentuk presentasi diri dan konsumsi simbolik, tetapi juga merupakan respon terhadap tekanan sosial di lingkungan digital.

Kata kunci: *Flexing; Mahasiswa; Media Sosial; Presentasi Diri; Tekanan Sosial.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara individu berinteraksi dan menampilkan diri. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter kini tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membentuk citra diri dan menunjukkan identitas sosial. Bagi mahasiswa, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang sulit dipisahkan. Aktivitas seperti mengunggah foto, membagikan cerita, hingga menampilkan aktivitas pribadi menjadi hal yang biasa dilakukan. Kondisi ini membuat media sosial seolah menjadi “panggung” tempat individu menunjukkan versi terbaik dari dirinya kepada orang lain (Apriliyanti et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan tersebut, muncul berbagai fenomena sosial baru yang berkaitan dengan cara individu menampilkan dirinya di ruang digital. Salah satu fenomena yang cukup menonjol adalah budaya *flexing*. Secara sederhana, *flexing* dapat diartikan sebagai

perilaku memamerkan gaya hidup, pencapaian, atau kepemilikan tertentu di media sosial dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian atau pengakuan dari orang lain. Fenomena ini semakin sering ditemukan, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Bahkan, menurut (Husna et al., 2025) dalam beberapa kasus, *flexing* sudah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari yang dilakukan tanpa disadari.

Di Indonesia, fenomena *flexing* tidak hanya terjadi pada kalangan selebritas atau *influencer*, tetapi juga mulai banyak ditemukan di kalangan mahasiswa. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Heriyanto & Ismail, 2024) yang mengemukakan bahwa mahasiswa sering kali menampilkan berbagai aktivitas yang dianggap menarik, seperti nongkrong di tempat yang estetik, menggunakan barang bermerek, hingga membagikan momen liburan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang penting dalam membangun citra diri di kalangan mahasiswa. Apa yang ditampilkan di media sosial sering kali tidak hanya mencerminkan kehidupan nyata, tetapi juga menjadi bentuk representasi yang ingin ditunjukkan kepada orang lain.

Fenomena ini tidak bisa dilepaskan dari perubahan pola konsumsi dalam masyarakat modern. Saat ini, konsumsi tidak lagi hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol status sosial (Wahidah & Khodijah, 2023). Barang atau aktivitas yang ditampilkan di media sosial sering kali memiliki nilai simbolik yang lebih besar dibandingkan nilai fungsionalnya. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya mengonsumsi barang atau pengalaman, tetapi juga “menjual” citra diri mereka melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa gaya hidup menjadi bagian penting dalam menunjukkan identitas sosial seseorang.

Selain itu, media sosial juga berperan dalam membentuk standar gaya hidup yang dianggap ideal. (Aulia et al., 2025) menyatakan bahwa konten yang menampilkan kehidupan mewah, penampilan menarik, serta aktivitas yang terlihat menyenangkan secara tidak langsung membentuk persepsi mahasiswa tentang kehidupan yang diinginkan. Akibatnya, banyak individu merasa terdorong untuk menyesuaikan diri dengan standar tersebut, meskipun tidak selalu sesuai dengan kondisi nyata mereka. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat menimbulkan tekanan sosial yang cukup kuat, terutama bagi mahasiswa yang masih berada dalam proses pencarian jati diri.

Fenomena *flexing* kemudian menjadi menarik untuk dikaji karena tidak hanya berkaitan dengan perilaku individu, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas. *Flexing* tidak selalu dilakukan secara sadar sebagai bentuk pamer, tetapi bisa juga muncul sebagai respon terhadap lingkungan sosial yang menuntut individu untuk terlihat “baik” di mata orang

lain. Dalam hal ini, *flexing* dapat dipahami sebagai bagian dari proses sosial yang melibatkan interaksi, persepsi, dan penilaian dari orang lain.

Dalam perspektif teori presentasi diri, individu dipahami sebagai pihak yang secara aktif menampilkan dirinya untuk mencapai citra tertentu yang diharapkan (Lailiyah, 2015). Sejalan dengan itu, Erving Goffman memandang individu sebagai “aktor” yang secara sadar mengelola kesan yang ditampilkan kepada orang lain melalui apa yang disebut sebagai *front stage* dan *back stage*. Dalam konteks media sosial, pengguna cenderung hanya menampilkan sisi positif (*front stage*) dan menyembunyikan aspek lain dari kehidupannya (*back stage*) demi membangun citra yang diinginkan. Dengan demikian, *flexing* tidak hanya dapat dipahami sebagai bentuk ekspresi diri, tetapi juga sebagai strategi manajemen impresi yang dipengaruhi oleh ekspektasi sosial di ruang digital.

Fenomena tersebut juga semakin diperkuat oleh adanya sistem validasi sosial di media sosial. (Liza et al., 2025) menyatakan bahwa salah satu faktor yang memperkuat fenomena ini adalah adanya sistem validasi sosial di media sosial, seperti jumlah like, komentar, dan pengikut. Respon yang diberikan oleh orang lain sering kali dijadikan sebagai ukuran keberhasilan dalam menampilkan diri. Semakin banyak respon positif yang diterima, maka semakin besar pula dorongan untuk terus menampilkan konten yang serupa. Hal ini membuat *flexing* menjadi sebuah kebiasaan yang terus berulang dan sulit untuk dihentikan.

Kondisi ini kemudian diperkuat oleh peran algoritma media sosial yang secara tidak langsung membentuk pola perilaku pengguna. Platform digital cenderung menampilkan konten dengan tingkat interaksi tinggi, sehingga pengguna lebih sering terpapar pada konten serupa dan menganggapnya sebagai sesuatu yang wajar. Selain itu, fitur seperti like, komentar, dan jumlah penonton menciptakan mekanisme penghargaan (*reward system*) yang mendorong individu untuk terus mengulang perilaku yang sama. Situasi ini juga berkaitan dengan konsep *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu perasaan khawatir tertinggal dari pengalaman orang lain di media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung lebih aktif menggunakan media sosial dan terdorong untuk terus menampilkan aktivitas mereka agar tetap dianggap relevan dalam lingkungan sosialnya (Salim et al., 2023).

Hal ini sejalan dengan temuan (Perdana, 2023) yang menyatakan mahasiswa yang melihat kehidupan orang lain di media sosial sering kali merasa bahwa mereka harus memiliki pengalaman yang sama agar tidak dianggap ketinggalan. Kondisi ini membuat individu terdorong untuk menampilkan kehidupan yang serupa, bahkan jika harus memaksakan diri. FoMO menjadi salah satu faktor penting yang mendorong munculnya perilaku *flexing* di kalangan mahasiswa.

Fenomena *flexing* juga memiliki dampak yang cukup kompleks. Di satu sisi, *flexing* dapat memberikan dampak positif seperti meningkatkan rasa percaya diri dan menjadi sarana untuk mengekspresikan diri. Namun di sisi lain, menurut (Bamazruk et al., 2025) *flexing* juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti perilaku konsumtif, perbandingan sosial, hingga tekanan psikologis. Bahkan, dalam beberapa kasus, *flexing* dapat membuat individu merasa tidak pernah cukup karena selalu membandingkan dirinya dengan orang lain.

Penelitian pada tahun 2020-2025 menunjukkan bahwa fenomena *flexing* di media sosial bukan hanya sekadar pamer, tetapi sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial di era digital. Media sosial menjadi tempat bagi mahasiswa dan Generasi Z untuk menampilkan diri melalui gaya hidup, konsumsi, dan aktivitas sehari-hari sebagai bentuk menunjukkan status sosial (Apriliyanti et al., 2022; Aulia et al., 2025; Husna et al., 2025). Dalam hal ini, *flexing* tidak hanya dilihat sebagai pamer, tetapi juga sebagai cara untuk mendapatkan pengakuan, membangun citra diri, dan mempertahankan posisi dalam lingkungan sosial (Chairunnisak et al., 2025; Heriyanto & Ismail, 2024; Liza et al., 2025). Selain itu, praktik ini juga berkaitan dengan penggunaan modal ekonomi, budaya, dan simbolik yang ditampilkan melalui media sosial, sehingga menunjukkan adanya hubungan antara *flexing* dan struktur sosial di ruang digital (Apriliyanti et al., 2022; Farida & Prajoko, 2025).

Namun, penelitian yang ada masih memiliki keterbatasan. Sebagian besar penelitian membahas *flexing* secara umum pada Generasi Z atau masyarakat luas, sehingga belum banyak yang secara khusus melihat bagaimana mahasiswa, terutama dari bidang Sosiologi, memaknai fenomena ini (Chairunnisak et al., 2025; Farida & Prajoko, 2025). Selain itu, *flexing* sering hanya dipahami sebagai gaya hidup atau tuntutan sosial secara terpisah, padahal keduanya saling berkaitan (Bamazruk et al., 2025; Wahidah & Khodijah, 2023). Oleh karena itu, Permasalahan penelitian ini belum jelas apakah fenomena *flexing* di kalangan mahasiswa merupakan bentuk gaya hidup yang dipilih secara sadar atau justru bentuk tekanan sosial akibat tuntutan lingkungan digital. Selain itu, penelitian ini penting untuk melihat bagaimana mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya memaknai *flexing* sebagai bagian dari kehidupan sosial mereka di media digital.

Dalam konteks mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya (UNSRI), fenomena ini menjadi menarik karena mahasiswa sosiologi pada dasarnya memiliki pemahaman terhadap fenomena sosial, tetapi tetap tidak terlepas dari pengaruh lingkungan digital. Artinya, meskipun mereka memahami konsep-konsep seperti konsumsi, identitas, dan interaksi sosial, dalam praktiknya mereka juga dapat terlibat dalam fenomena *flexing*. Hal ini menunjukkan bahwa *flexing* bukan hanya fenomena individual, tetapi juga bagian dari sistem sosial yang lebih luas.

Selain itu, sebagai mahasiswa yang berada dalam lingkungan akademik, mereka juga menghadapi berbagai tekanan, baik dari segi akademik maupun sosial. Media sosial kemudian menjadi salah satu ruang untuk menunjukkan eksistensi diri di tengah tekanan tersebut. Dalam kondisi ini, *flexing* bisa menjadi cara untuk mendapatkan pengakuan atau sekadar menunjukkan bahwa mereka “baik-baik saja”.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa fenomena *flexing* tidak hanya berkaitan dengan perilaku individu, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, seperti media sosial, lingkungan pergaulan, serta budaya konsumsi. Fenomena ini menunjukkan bahwa *flexing* tidak selalu lahir dari keinginan pribadi semata, tetapi juga dapat muncul karena adanya tekanan sosial untuk memenuhi standar kehidupan yang dianggap ideal di ruang digital. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum jelas apakah fenomena *flexing* di kalangan mahasiswa merupakan bentuk gaya hidup yang dipilih secara sadar atau justru merupakan bentuk tekanan sosial akibat tuntutan lingkungan digital.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai fenomena *flexing* yang mereka alami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya memaknai *flexing* di media sosial serta menganalisis apakah *flexing* lebih dominan dipahami sebagai bagian dari gaya hidup atau sebagai bentuk tekanan sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam kajian sosiologi mengenai presentasi diri, gaya hidup, dan tekanan sosial di media digital, serta secara praktis menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa dalam menggunakan media sosial secara lebih bijak.

2. KAJIAN TEORITIS

Fenomena *flexing* di media sosial dapat dipahami melalui teori presentasi diri (*self-presentation*) yang dikemukakan oleh Erving Goffman dalam *The Presentation of Self in Everyday Life* (Forsyth, 2024). Goffman menjelaskan bahwa setiap individu berperan sebagai aktor sosial yang berusaha menampilkan citra terbaik dirinya di hadapan orang lain melalui proses impression management. Individu akan mengatur bagaimana dirinya terlihat oleh publik agar memperoleh penilaian positif dari lingkungan sosialnya. Dalam konteks media sosial, pengguna cenderung menampilkan sisi kehidupan yang dianggap ideal, seperti pencapaian, gaya hidup, penampilan, dan kepemilikan tertentu sebagai bentuk representasi diri di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang penting dalam proses pembentukan identitas sosial.

Selain itu, fenomena *flexing* juga dapat dijelaskan melalui teori konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*) yang dikemukakan oleh Thorstein Veblen dalam *The Theory of the Leisure Class* (Illinois, 1899). Veblen menjelaskan bahwa konsumsi tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai cara menunjukkan status sosial dan prestise kepada orang lain. Individu cenderung menggunakan barang mewah, gaya hidup tertentu, atau aktivitas yang bernilai simbolik sebagai bentuk pengakuan sosial. Dalam era digital, perilaku ini semakin terlihat melalui media sosial, di mana individu menampilkan barang bermerek, tempat eksklusif, maupun pengalaman tertentu sebagai simbol status sosial.

Di sisi lain, teori interaksi sosial juga menjelaskan bahwa perilaku individu sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Tekanan sosial, kebutuhan akan penerimaan, dan keinginan untuk dianggap setara dengan kelompok pergaulan mendorong seseorang untuk menyesuaikan perilakunya. Dalam media sosial, validasi seperti jumlah like, komentar, dan pengikut menjadi bentuk pengakuan yang memperkuat perilaku *flexing*. Oleh karena itu, *flexing* tidak hanya dipahami sebagai perilaku pamer semata, tetapi juga sebagai hasil dari interaksi antara kebutuhan akan pengakuan sosial, konsumsi simbolik, dan tekanan sosial dalam kehidupan digital mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*literature review*), yaitu dengan mengkaji berbagai artikel ilmiah, jurnal, dan penelitian terdahulu yang membahas fenomena *flexing* di media sosial, khususnya di kalangan mahasiswa dan Generasi Z. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber yang relevan dan dapat dipercaya melalui penelusuran di Google Scholar, Garuda, serta beberapa jurnal nasional terakreditasi. Artikel yang digunakan berasal dari rentang tahun 2021-2025 agar sesuai dengan perkembangan fenomena sosial saat ini. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu artikel yang memiliki hubungan langsung dengan topik penelitian, membahas *flexing* dalam konteks media sosial, serta menyoroti mahasiswa atau Generasi Z sebagai subjek utama. Selain itu, artikel yang dipilih juga berkaitan dengan konsep presentasi diri, konsumsi simbolik, validasi sosial, *Fear of Missing Out* (FoMO), dan tekanan sosial di ruang digital. Dalam proses analisis, peneliti mengumpulkan, membaca, membandingkan, dan mengelompokkan berbagai temuan dari penelitian terdahulu untuk menemukan pola serta hubungan antara *flexing* sebagai gaya hidup dan *flexing* sebagai bentuk tekanan sosial, sehingga dapat dipahami bagaimana mahasiswa memaknai fenomena tersebut dalam kehidupan digital mereka.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

***Flexing* sebagai Bentuk Presentasi Diri di Media Sosial**

Berdasarkan hasil kajian dari berbagai penelitian, fenomena *flexing* di media sosial tidak lagi hanya dipahami sebagai perilaku pamer semata, tetapi juga sebagai bentuk presentasi diri dalam kehidupan digital. Media sosial telah berkembang menjadi ruang sosial baru tempat individu, khususnya mahasiswa, membangun identitas, menunjukkan eksistensi, dan memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya. Aktivitas seperti mengunggah foto di tempat estetik, memperlihatkan barang bermerek, membagikan pencapaian akademik, hingga menunjukkan aktivitas sehari-hari yang dianggap menarik menjadi bagian dari cara seseorang membentuk citra dirinya di ruang digital.

Dalam kehidupan mahasiswa, media sosial sering kali berfungsi seperti “panggung sosial” tempat individu menampilkan versi terbaik dari dirinya kepada publik. Apa yang ditampilkan tidak selalu menggambarkan kondisi nyata secara utuh, melainkan hasil seleksi dari sisi kehidupan yang dianggap paling layak untuk dilihat orang lain. Hal ini sesuai dengan teori presentasi diri dari Erving Goffman yang menjelaskan bahwa individu berusaha mengatur kesan yang ingin ditampilkan kepada orang lain melalui proses *impression management*. Dalam konsep ini, terdapat front stage dan back stage, di mana front stage merupakan sisi yang ditampilkan kepada publik, sedangkan back stage adalah bagian pribadi yang cenderung disembunyikan. Dalam media sosial, pengguna lebih sering menunjukkan keberhasilan, kebahagiaan, dan gaya hidup menarik sebagai bentuk front stage untuk membangun citra positif.

Penelitian oleh (Rosida et al., 2023) menegaskan bahwa *flexing* menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas sosial dan bahkan digunakan sebagai strategi untuk membedakan status sosial serta memperkuat posisi dalam hierarki sosial digital. Mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan siapa diri mereka dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain. Misalnya, unggahan tentang nongkrong di café yang sedang populer, membeli barang tertentu, atau mengikuti tren gaya hidup bukan hanya sekadar berbagi aktivitas, tetapi juga menjadi bentuk simbolik untuk menunjukkan status sosial dan keberadaan diri di lingkungan pergaulan. Hal ini menunjukkan bahwa *flexing* memiliki hubungan yang kuat dengan kebutuhan akan validasi sosial.

Selain itu, penelitian (Kasuda et al., 2024) juga menjelaskan *flexing* di media sosial sering kali didorong oleh kebutuhan individu untuk memperoleh pengakuan sosial, validasi, serta perhatian dari lingkungan sosialnya. Mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial sering kali merasa bahwa keberhasilan atau eksistensi mereka perlu terlihat agar diakui oleh

lingkungan sekitarnya. Dalam kondisi ini, media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, tetapi juga menjadi alat untuk mempertahankan citra diri. Bahkan, dalam beberapa kasus, individu tidak selalu menyadari bahwa perilaku yang mereka lakukan sudah termasuk dalam praktik *flexing* karena hal tersebut sudah dianggap wajar dalam kehidupan sehari-hari.

Media sosial juga membuat proses presentasi diri menjadi lebih terstruktur dan sadar. Mahasiswa tidak hanya mengunggah sesuatu secara spontan, tetapi sering mempertimbangkan bagaimana unggahan tersebut akan diterima oleh orang lain. Feed Instagram, jumlah *likes*, komentar, dan respons dari teman-teman menjadi bagian penting dalam membentuk rasa percaya diri dan kepuasan sosial. Semakin positif respons yang diterima, maka semakin besar pula dorongan untuk terus menampilkan konten serupa. Hal ini memperlihatkan bahwa *flexing* sering kali berkembang dari kebutuhan sederhana untuk berbagi menjadi kebiasaan sosial yang terus berulang karena adanya validasi dari lingkungan digital.

Di sisi lain, fenomena ini juga menunjukkan bahwa batas antara ekspresi diri dan tekanan sosial menjadi semakin tipis. Awalnya, mahasiswa mungkin hanya ingin menunjukkan pencapaian atau pengalaman pribadi sebagai bentuk kebanggaan. Namun, ketika lingkungan sosial mulai menjadikan hal tersebut sebagai standar, muncul dorongan untuk terus mempertahankan citra yang sudah dibangun. Akibatnya, *flexing* tidak lagi sepenuhnya menjadi pilihan pribadi, tetapi juga menjadi bentuk adaptasi terhadap budaya digital yang kompetitif. Seseorang merasa perlu untuk terus terlihat menarik, sukses, dan relevan agar tidak dianggap tertinggal dari orang lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Heriyanto & Ismail, 2024) menjelaskan bahwa *flexing* berfungsi sebagai strategi dalam membangun identitas sosial, tetapi juga dapat menimbulkan tekanan psikologis dan perbandingan sosial. Ketika seseorang terus melihat kehidupan orang lain yang tampak lebih baik, muncul keinginan untuk melakukan hal yang sama agar tetap merasa setara. Kondisi ini membuat *flexing* tidak hanya berkaitan dengan konsumsi atau kemewahan, tetapi juga berhubungan dengan rasa aman sosial dan kebutuhan untuk diterima dalam kelompok pergaulan.

Dalam konteks mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya, fenomena ini menjadi menarik karena mahasiswa sosiologi pada dasarnya memiliki pemahaman teoritis tentang interaksi sosial, konsumsi simbolik, dan konstruksi identitas. Namun, pemahaman tersebut tidak selalu membuat mereka terlepas dari praktik *flexing*. Mereka tetap berada dalam lingkungan digital yang sama dan menghadapi tuntutan sosial yang serupa dengan mahasiswa lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa *flexing* bukan hanya persoalan individu, tetapi merupakan bagian dari sistem sosial yang lebih luas. Oleh karena itu, *flexing* dapat dipahami sebagai bentuk presentasi diri yang lahir dari hubungan antara kebutuhan akan pengakuan sosial, pembentukan identitas, dan pengaruh budaya digital dalam kehidupan mahasiswa saat ini.

***Flexing* sebagai Gaya Hidup dan Konsumsi Simbolik**

Fenomena *flexing* di media sosial tidak dapat dilepaskan dari perubahan pola konsumsi dalam masyarakat modern. Saat ini, konsumsi tidak lagi hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi cara untuk menunjukkan status sosial, prestise, dan identitas diri. Barang yang digunakan, tempat yang dikunjungi, hingga aktivitas yang dilakukan sering kali memiliki nilai simbolik yang lebih besar daripada nilai fungsionalnya. Dalam konteks mahasiswa, hal ini terlihat dari kebiasaan membagikan aktivitas seperti nongkrong di café estetik, membeli barang bermerek, mengikuti tren fashion, hingga menunjukkan gaya hidup tertentu di media sosial.

Menurut (Mountina et al., 2025) konsumsi simbolik terjadi ketika individu memilih suatu produk atau pengalaman bukan hanya karena kegunaannya, tetapi karena nilai sosial yang melekat dan mampu merepresentasikan gaya hidup serta status sosialnya. Dalam praktiknya, seseorang dapat mengonsumsi suatu produk sebagai bagian dari upaya membangun citra diri di ruang digital. Dengan demikian, konsumsi tidak lagi sekadar pemenuhan kebutuhan, melainkan menjadi sarana dalam pembentukan identitas sosial.

Pada kalangan mahasiswa, *flexing* sering muncul melalui bentuk konsumsi simbolik yang terlihat sederhana tetapi memiliki makna sosial yang kuat. Misalnya, penggunaan produk skincare tertentu, outfit dengan merek tertentu, laptop keluaran terbaru, atau kebiasaan nongkrong di tempat yang sedang populer. Aktivitas tersebut sering kali ditampilkan di media sosial sebagai bentuk representasi diri agar terlihat mengikuti perkembangan zaman dan dianggap setara dengan lingkungan sosialnya. Penelitian (Hartono, 2024) menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menampilkan gaya hidup tertentu di media sosial sebagai bagian dari upaya membangun identitas diri dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya. Dalam konteks tersebut, media sosial berfungsi sebagai ruang untuk menunjukkan eksistensi sekaligus menyesuaikan diri dengan standar yang berkembang dalam kelompok pergaulan digital.

Fenomena ini menunjukkan bahwa gaya hidup digital telah membentuk cara mahasiswa memandang kebutuhan dan keinginan. Banyak hal yang awalnya bukan kebutuhan utama kemudian terasa penting karena adanya pengaruh sosial dan budaya media digital. Mahasiswa sering merasa perlu mengikuti tren agar tidak dianggap ketinggalan atau kurang mampu secara

sosial. Dalam situasi ini, *flexing* menjadi bagian dari gaya hidup modern yang dianggap normal dan bahkan wajar dilakukan.

Selain itu, media sosial memperkuat proses konsumsi simbolik karena setiap aktivitas dapat dengan mudah dilihat, dinilai, dan dibandingkan oleh orang lain. Ketika seseorang mengunggah barang baru atau aktivitas tertentu, unggahan tersebut tidak hanya menjadi informasi pribadi, tetapi juga menjadi simbol sosial yang dapat memengaruhi cara orang lain memandang dirinya. Semakin menarik atau bernilai simbolik suatu unggahan, maka semakin besar pula kemungkinan individu mendapatkan perhatian dan validasi sosial dari lingkungannya.

Selain itu (Farida & Prajoko, 2025) budaya *flexing* di media sosial berkaitan erat dengan penggunaan modal ekonomi, budaya, dan simbolik dalam kehidupan sosial digital. Individu tidak hanya menunjukkan apa yang dimiliki, tetapi juga menggunakan hal tersebut sebagai alat untuk membangun posisi sosial dalam kelompoknya. Barang, gaya hidup, dan pengalaman tertentu menjadi “bahasa sosial” yang menunjukkan kelas, selera, dan status seseorang di ruang digital. Hal ini memperlihatkan bahwa *flexing* bukan hanya persoalan pamer kekayaan, tetapi juga bagian dari strategi sosial dalam membangun identitas dan pengakuan.

Di sisi lain, gaya hidup seperti ini juga dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Ketika mahasiswa merasa harus terus mengikuti standar sosial yang berkembang, mereka bisa terdorong untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Keinginan untuk terlihat setara dengan orang lain sering kali lebih dominan daripada pertimbangan kebutuhan nyata. Akibatnya, batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi semakin kabur. *Flexing* kemudian berubah dari bentuk ekspresi diri menjadi tekanan untuk mempertahankan citra sosial yang telah dibangun.

Dalam konteks mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya, fenomena ini menjadi menarik karena mereka memahami bahwa konsumsi tidak selalu bersifat netral, tetapi juga memiliki makna sosial. Namun, dalam praktiknya mereka tetap berada dalam lingkungan yang menilai individu dari apa yang terlihat di media sosial. Hal ini membuktikan bahwa meskipun seseorang memiliki pemahaman teoritis tentang gaya hidup dan konsumsi simbolik, pengaruh lingkungan sosial tetap sangat kuat. Oleh karena itu, *flexing* sebagai gaya hidup modern dapat dipahami sebagai hasil dari hubungan antara budaya konsumsi, kebutuhan akan pengakuan sosial, dan pengaruh media digital yang terus berkembang dalam kehidupan mahasiswa.

***Flexing* sebagai Bentuk Tekanan Sosial di Media Digital**

Selain sebagai bentuk presentasi diri dan gaya hidup, fenomena *flexing* di media sosial juga dapat dipahami sebagai bentuk tekanan sosial yang muncul dalam kehidupan digital mahasiswa. Media sosial tidak hanya menjadi ruang untuk mengekspresikan diri, tetapi juga menjadi arena di mana individu secara tidak langsung dibandingkan dengan orang lain. Dalam situasi ini, mahasiswa sering kali dihadapkan pada standar sosial tertentu yang terbentuk dari konten-konten yang beredar di media sosial.

Salah satu faktor utama yang mendorong munculnya tekanan sosial tersebut adalah adanya proses perbandingan sosial (*social comparison*). Mahasiswa yang terus-menerus melihat unggahan orang lain yang menampilkan gaya hidup menarik, pencapaian, atau kepemilikan tertentu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain. Ketika individu merasa bahwa dirinya belum mencapai standar tersebut, muncul dorongan untuk menyesuaikan diri agar tetap dianggap setara dalam lingkungan sosialnya (Ramadhani & Ardelia, 2025). Dalam konteks ini, *flexing* menjadi salah satu cara untuk menunjukkan bahwa dirinya juga memiliki pengalaman atau gaya hidup yang serupa.

Selain itu, sistem validasi sosial di media digital turut memperkuat tekanan tersebut. Fitur seperti jumlah like, komentar, dan pengikut menjadi indikator yang sering digunakan untuk menilai keberhasilan seseorang dalam menampilkan diri. Mahasiswa yang mendapatkan banyak respon positif cenderung merasa lebih diakui, sementara mereka yang tidak mendapatkan perhatian yang sama dapat merasa kurang dihargai. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susilawaty et al., 2023) yang menunjukkan bahwa likes di media sosial berperan sebagai bentuk pengakuan dan dapat memengaruhi kepercayaan diri individu. Kondisi ini mendorong individu untuk terus menampilkan konten yang dapat menarik perhatian, sehingga perilaku *flexing* menjadi kebiasaan yang berulang.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) juga berperan dalam memperkuat tekanan sosial di media digital. Menurut (Adzkie et al., 2025) fenomena FoMO pada mahasiswa ditandai oleh kecemasan untuk tidak tertinggal serta dorongan untuk mengikuti tren di media sosial. Hal ini membuat mahasiswa sering merasa khawatir tertinggal dari pengalaman orang lain yang terlihat lebih menarik atau lebih “bernilai”. Perasaan ini mendorong individu untuk terus mengikuti tren dan menampilkan aktivitas yang dianggap relevan di media sosial. Dalam kondisi ini, *flexing* tidak lagi sepenuhnya menjadi pilihan pribadi, tetapi menjadi bentuk adaptasi terhadap tekanan sosial yang ada di lingkungan digital.

Di sisi lain, algoritma media sosial juga memperkuat kondisi tersebut dengan terus menampilkan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi. Hal ini menyebabkan mahasiswa lebih sering terpapar pada gaya hidup tertentu yang tampak ideal, sehingga secara tidak langsung membentuk standar sosial yang harus diikuti. Paparan yang berulang ini membuat individu merasa perlu menyesuaikan diri agar tidak terlihat tertinggal dari lingkungan sekitarnya.

Tekanan sosial yang muncul akibat fenomena *flexing* ini juga dapat berdampak pada kondisi psikologis mahasiswa. Perasaan tidak cukup, kecemasan, hingga tekanan untuk selalu terlihat “baik” di media sosial menjadi konsekuensi yang sering muncul. Bahkan, dalam beberapa kasus, mahasiswa dapat memaksakan diri untuk mengikuti gaya hidup tertentu demi mempertahankan citra yang telah dibangun di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa *flexing* tidak hanya berkaitan dengan ekspresi diri, tetapi juga menjadi bagian dari dinamika tekanan sosial yang kompleks.

Dalam konteks mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya, fenomena ini memperlihatkan bahwa meskipun mereka memiliki pemahaman teoritis mengenai interaksi sosial dan tekanan sosial, dalam praktiknya mereka tetap berada dalam sistem sosial digital yang sama. Oleh karena itu, *flexing* tidak hanya dapat dipahami sebagai gaya hidup atau strategi presentasi diri, tetapi juga sebagai bentuk tekanan sosial yang lahir dari interaksi, ekspektasi, dan standar yang berkembang di media digital.

***Flexing* dalam Kehidupan Sosial Mahasiswa**

Fenomena *flexing* di media sosial menunjukkan bahwa perilaku ini tidak bisa hanya dipahami sebagai tindakan pamer semata, tetapi sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial mahasiswa di era digital. Kehidupan mahasiswa saat ini sangat dekat dengan media sosial, sehingga batas antara kehidupan nyata dan kehidupan digital menjadi semakin tipis. Aktivitas sehari-hari seperti belajar, nongkrong, ikut organisasi, sampai pencapaian akademik sering kali tidak hanya dijalani, tetapi juga ditampilkan kepada publik melalui media sosial. Dalam kondisi seperti ini, *flexing* muncul sebagai salah satu cara individu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. (Farida & Prajoko, 2025), fenomena *flexing* di media sosial tidak hanya berkaitan dengan perilaku pamer, tetapi juga menjadi strategi dalam membangun identitas sosial dan citra diri di ruang digital. Mahasiswa cenderung menampilkan pencapaian, gaya hidup, dan aktivitas tertentu sebagai bentuk representasi diri agar mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya.

Mahasiswa sering berada dalam situasi di mana eksistensi diri di media sosial dianggap penting untuk menunjukkan keberadaan sosial. Unggahan tentang aktivitas tertentu tidak hanya dipahami sebagai dokumentasi pribadi, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi sosial yang menunjukkan siapa diri mereka. Hal ini membuat media sosial menjadi ruang yang penuh dengan simbol sosial, di mana setiap unggahan dapat membentuk pandangan orang lain terhadap identitas seseorang. *Flexing* kemudian hadir sebagai usaha untuk mempertahankan citra positif dan menunjukkan bahwa individu mampu mengikuti standar sosial yang berkembang. (Chairunnisak et al., 2025) menyatakan bahwa mahasiswa memaknai *flexing* sebagai bagian dari personal branding sekaligus bentuk tekanan sosial. *Flexing* dapat meningkatkan rasa percaya diri, tetapi juga bisa menimbulkan kecemasan karena adanya perbandingan sosial dengan pengguna media sosial lainnya.

Di kalangan mahasiswa, standar tersebut biasanya terbentuk dari lingkungan pergaulan yang sangat dipengaruhi oleh budaya digital. Ketika seseorang melihat teman-temannya aktif membagikan pencapaian, gaya hidup menarik, atau pengalaman tertentu, muncul dorongan untuk melakukan hal yang sama. Keinginan untuk terlihat setara dengan kelompok sosial menjadi salah satu alasan mengapa *flexing* terus terjadi. Dalam situasi ini, mahasiswa tidak hanya berusaha memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga berusaha memenuhi ekspektasi sosial yang tidak tertulis. Selain itu, (Kasuda et al., 2024) juga menjelaskan bahwa *flexing* sering kali didorong oleh kebutuhan akan validasi sosial dan pengakuan dari lingkungan sekitar. Perilaku ini tidak hanya muncul karena keinginan pribadi, tetapi juga karena adanya tekanan sosial yang membuat individu merasa harus terlihat berhasil di media sosial.

Fenomena ini menunjukkan bahwa gaya hidup modern dan tekanan sosial berjalan secara bersamaan. Mahasiswa mungkin menganggap aktivitas seperti membeli barang tertentu, nongkrong di tempat populer, atau mengikuti tren sebagai bagian dari gaya hidup biasa. Namun, di balik itu sebenarnya ada dorongan sosial yang membuat aktivitas tersebut terasa harus dilakukan. Ketika seseorang merasa harus mengikuti standar yang ada agar tidak dianggap tertinggal, maka *flexing* tidak lagi sepenuhnya menjadi pilihan bebas, tetapi juga menjadi bentuk penyesuaian sosial. Menurut (Nurhayat & Noorrizki, 2022), perilaku *flexing* berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan eksistensi dan pengakuan sosial melalui media digital. Individu cenderung menampilkan sisi terbaik dirinya agar mendapat respons positif dari orang lain, sehingga media sosial menjadi ruang penting dalam pembentukan harga diri sosial.

Selain itu, media sosial juga menciptakan ruang persaingan yang tidak selalu terlihat secara langsung. Setiap unggahan dapat memunculkan proses perbandingan sosial yang memengaruhi cara mahasiswa memandang dirinya sendiri. Ketika melihat kehidupan orang lain yang tampak lebih ideal, seseorang bisa merasa bahwa dirinya belum cukup baik. Perasaan tersebut mendorong munculnya keinginan untuk menampilkan sisi terbaik diri, bahkan jika harus menyembunyikan kondisi sebenarnya. Akibatnya, *flexing* menjadi cara untuk menjaga citra diri sekaligus menghindari penilaian negatif dari lingkungan sosial.

Dalam konteks mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya, kondisi ini menjadi menarik karena mereka sebenarnya memahami bahwa media sosial adalah ruang sosial yang penuh dengan makna, simbol, dan relasi sosial. Mereka memahami bahwa apa yang ditampilkan di media sosial tidak selalu mencerminkan realitas sepenuhnya. Namun, pemahaman tersebut tidak selalu membuat mereka terlepas dari praktik *flexing*. Mereka tetap berada dalam lingkungan sosial yang sama, menghadapi tuntutan sosial yang sama, dan berinteraksi dalam dunia digital yang sering menilai seseorang dari apa yang terlihat.

Flexing kemudian menjadi fenomena yang cukup kompleks karena berada di antara kebutuhan untuk mengekspresikan diri dan tekanan untuk mendapatkan pengakuan sosial. Mahasiswa tidak selalu melakukan *flexing* karena ingin dianggap mewah atau lebih tinggi dari orang lain, tetapi sering kali karena ingin tetap relevan dalam lingkungannya. Validasi dari like, komentar, dan perhatian dari orang lain menjadi bentuk penghargaan sosial yang memperkuat perilaku tersebut. Dalam kondisi ini, media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan status sosial baru.

Fenomena ini menunjukkan bahwa *flexing* pada mahasiswa bukan hanya soal gaya hidup yang dipilih secara sadar atau tekanan sosial yang berdiri sendiri, tetapi merupakan hasil dari hubungan keduanya. Gaya hidup digital memberi ruang bagi mahasiswa untuk menampilkan identitas dirinya, sementara tekanan sosial membuat mereka merasa perlu mempertahankan citra tersebut secara terus-menerus. *Flexing* akhirnya menjadi bagian dari dinamika sosial mahasiswa modern yang menunjukkan bahwa identitas, konsumsi, dan pengakuan sosial saling berhubungan dalam kehidupan digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Flexing pada mahasiswa juga berkaitan erat dengan gaya hidup modern dan konsumsi simbolik. Konsumsi tidak lagi hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai cara menunjukkan status sosial dan mempertahankan eksistensi di lingkungan digital. Selain itu, adanya validasi sosial seperti like, komentar, dan jumlah pengikut memperkuat

perilaku tersebut, sehingga *flexing* sering berkembang menjadi kebiasaan yang terus berulang. Di sisi lain, *flexing* juga muncul sebagai bentuk tekanan sosial. Mahasiswa sering merasa harus mengikuti standar kehidupan yang terlihat ideal di media sosial agar tidak dianggap tertinggal dari lingkungan sosialnya. Proses perbandingan sosial, *Fear of Missing Out* (FoMO), dan tuntutan untuk selalu terlihat baik membuat *flexing* tidak sepenuhnya menjadi pilihan pribadi, tetapi juga bentuk penyesuaian terhadap tekanan sosial di era digital.

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa *flexing* pada mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya merupakan hasil dari hubungan antara gaya hidup dan tekanan sosial. *Flexing* tidak hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga menjadi bagian dari dinamika sosial yang menunjukkan hubungan antara identitas, konsumsi, dan pengakuan sosial dalam kehidupan digital mahasiswa.

Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah agar kajian mengenai fenomena *flexing* di media sosial tidak hanya dilakukan melalui studi literatur, tetapi juga dilanjutkan dengan penelitian lapangan seperti wawancara mendalam, observasi, atau survei langsung terhadap mahasiswa, khususnya mahasiswa Sosiologi Universitas Sriwijaya. Hal ini penting agar diperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai bagaimana mahasiswa memaknai *flexing* dalam kehidupan sehari-hari, apakah lebih dominan sebagai bentuk gaya hidup, presentasi diri, atau justru sebagai tekanan sosial.

Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian tentang pengaruh *flexing* terhadap kesehatan mental, perilaku konsumtif, serta hubungan sosial mahasiswa, sehingga pembahasan mengenai fenomena ini menjadi lebih luas, mendalam, dan relevan dengan kondisi sosial di era digital saat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adzkia, H. N., Ramadhani, N., Khatami, A. A. El, Revy, M. C., & Hibatillah, M. F. (2025). Fomo di era digital: Analisis deskriptif penggunaan media sosial dan akhlak mahasiswa PAI.
- Apriliyanti, D., Sudiana, V. N., & Setiawan, A. (2022). Fenomena flexing di media sosial sebagai ajang pengakuan kelas sosial dengan kajian teori fungsionalisme struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9, 113–121.
- Aulia, N., Nafsi, A., Fatimah, A. S., Nadhifa, A. A., & Caniago, S. A. (2025). Konsumerisme sebagai bentuk identitas sosial remaja urban di era media sosial. 1(2), 884–909.
- Bamazruk, A. H., Yudhistira, K., Hartanto, K. Y., Putra, P., & Riza, A. (2025). Budaya flexing di TikTok: Dampaknya terhadap perilaku konsumtif dan kesehatan mental pada mahasiswa Universitas Lampung.8(5).

- Chairunnisak, S., Ludhfi, S., Kardiati, D., Akmal, F., & Santri, Y. (2025). Flexing sebagai strategi representasi diri di media sosial: Studi fenomenologis pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. 5, 177–185.
- Farida, V. N., & Prajoko, R. (2025). Analisis flexing di media sosial: Citra, konsumsi, dan hubungan sosial Gen Z. 9(2), 30–38.
- Forsyth, S. B. (2024). Erving Goffman: The presentation of self in everyday life (pp. 1–5).
- Hartono, L. G. M. (2024). Individualitas yang terawasi: Dinamika flexing pada pemuda Generasi Z di Instagram. *Jurnal Studi Pemuda UGM*, 12, 132–145. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.95522>
- 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. 8, 47467–47475.
- Husna, N. N., & Bakhri, S. (2025). Dinamika habitus digital dan kontestasi modal simbolik: Analisis budaya flexing pada Generasi Z. *Sabana*, 4(3), 485–496. <https://doi.org/10.55123/sabana.v4i3.7332>
- Kasuda, R., & Mahendra, R. (2024). [Judul artikel] di media sosial. 3(1), 83–89.
- Lailiyah, N. (2015). Presentasi diri netizen dalam konstruksi identitas di media sosial dan kehidupan nyata. 14(2), 20–27.
- Liza, N. A., Saputra, S., & Astrid, G. (2025). Perilaku flexing culture pada kaum millennial: Studi kasus masyarakat pengguna media Instagram di Kecamatan Kikim Timur Kabupaten Lahat. 5(April), 49–61.
- Mountina, N. S., & Agustini, P. M. (2025). [Judul artikel]. *Economic Reviews Journal*, 4, 1005–1020. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i3.780>
- Nurhayat, E., & Noorrizki, R. D. (2022). Flexing: Perilaku pamer kekayaan di media sosial dan kaitannya dengan self-esteem. *Jurnal [Nama Jurnal]*, 2(5), 368–374. <https://doi.org/10.17977/um070v2i52022p368-374>
- Perdana, D. D. (2023). Fenomena fear of missing out (FOMO) pada Generasi Z pengguna media sosial Instagram. 54–64.
- Ramadhani, N. P., & Ardelia, V. (2025). Hubungan antara perbandingan sosial dengan kecemasan pada mahasiswa pengguna media sosial. *Jurnal [Nama Jurnal]*, 12(03), 1159–1169.
- Rosida, I., Zahra, F. A., Tuzzahrah, F., & Azzahrah, S. (2023). Flexing culture in the age of social media: From social recognition to self-satisfaction. 6(2), 193–208.
- Salim, A., Jatnika, R., & Yudiana, W. (2023). Hubungan fear of missing out dengan social media addiction pada pengguna Instagram. 2(1), 1–11.
- Susilawaty, F. T., Jaya, A., Sudirman, F. A., & Herman, L. O. (2023). Exploring the impact of Instagram like visibility on self-confidence. 11(2), 180–194.
- Wahidah, J. N., & Khodijah. (2023). Fenomena flexing di medsos: Dampaknya pada hubungan sosial dan ekonomi. 2(1), 22–33.