

Analisis *Flexing* sebagai Bentuk Ekspresi Kekerasan Simbolik dalam Media Sosial Instagram

Muhammad Elrazy¹, Chazizah Gusnita²

^{1,2}Program Studi Kriminologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Studi Global, Budi Luhur University

Jakarta, Indonesia

¹sultanelrazy6@gmail.com, ²chazizah.gusnita@budiluhur.ac.id

Abstrak: Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah mendorong munculnya fenomena “*flexing*” sebagai praktik menampilkan kekayaan, gaya hidup, dan simbol status sosial guna memperoleh pengakuan publik. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik *flexing* sebagai bentuk ekspresi kekerasan simbolik dalam arena media sosial Instagram dengan menggunakan perspektif teori kekerasan simbolik *Pierre Bourdieu*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan pengguna Instagram yang melakukan praktik *flexing* dan seorang ahli sosiologi, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flexing* tidak lagi sekadar menjadi bentuk hiburan atau ekspresi diri, tetapi telah berkembang menjadi mekanisme kekerasan simbolik yang bekerja secara halus melalui representasi kemewahan, keberhasilan, dan status sosial. Praktik tersebut membentuk standar sosial baru yang mendorong individu untuk mengejar legitimasi dan pengakuan melalui akumulasi modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik. Penelitian ini juga menemukan tiga pola utama *flexing*, yaitu komodifikasi modal ekonomi artifisial, pemanfaatan modal budaya, dan eksploitasi modal sosial sebagai strategi untuk memperoleh prestise di ruang digital. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif, tekanan psikologis, serta reproduksi ketimpangan simbolik di masyarakat digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram telah menjadi arena reproduksi kekuasaan simbolik yang menormalisasi dominasi melalui simbol-simbol kemewahan, sehingga diperlukan peningkatan literasi digital agar masyarakat mampu memahami dan mengkritisi praktik *flexing* secara lebih reflektif.

Kata Kunci: *Flexing*, Kekerasan simbolik, Instagram, Pierre Bourdieu, Media sosial

Abstract: The rapid growth of social media, particularly Instagram, has encouraged the emergence of “*flexing*” as a practice of displaying wealth, luxurious lifestyles, and social status symbols to gain public recognition. This study aims to analyze *flexing* as a form of symbolic violence within the Instagram social media arena using Pierre Bourdieu’s theory of symbolic violence. This research employed a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews with Instagram users engaging in *flexing* practices and a sociology expert, as well as documentation studies. The data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that *flexing* is no longer merely a form of entertainment or self-expression but has evolved into a mechanism of symbolic violence operating subtly through representations of luxury,

success, and social status. These practices construct new social standards that encourage individuals to seek legitimacy and recognition through the accumulation of economic, cultural, social, and symbolic capital. The study also identifies three dominant patterns of *flexing*: the commodification of artificial economic capital, the utilization of cultural capital, and the exploitation of social capital to achieve prestige in the digital sphere. These practices contribute to increased consumerism, psychological pressure, and the reproduction of symbolic inequality within digital society. This study concludes that Instagram has become an arena for reproducing symbolic power that normalizes domination through symbols of luxury, highlighting the importance of strengthening digital literacy so that society can critically understand and respond to *flexing* practices.

Keywords: *Flexing*, Symbolic violence, Instagram, Pierre Bourdieu, Social media

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat melalui kehadiran media sosial sebagai ruang komunikasi, representasi identitas, dan pembentukan status sosial baru dalam kehidupan sehari-hari (Aichner et al., 2021; Zhao et al., 2022). Media sosial tidak lagi berfungsi hanya sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi arena sosial digital yang memungkinkan individu membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, dan mengakumulasi berbagai bentuk modal simbolik melalui representasi visual yang dipublikasikan kepada khalayak luas (Susanti & Hantoro, 2022). Dalam konteks tersebut, Instagram menjadi salah satu platform paling dominan karena karakteristiknya yang berorientasi pada konten visual seperti foto, video, reels, dan stories yang memungkinkan pengguna menampilkan kehidupan pribadi secara selektif kepada publik (Aulia & Putri, 2024; Kurnia & Nasution, 2023).

Kemudahan dalam menampilkan representasi diri di Instagram mendorong munculnya berbagai praktik sosial baru, salah satunya adalah fenomena *flexing*, yaitu perilaku memamerkan kekayaan, gaya hidup mewah, pencapaian, maupun simbol-simbol status sosial untuk memperoleh perhatian dan validasi sosial dari audiens digital (Khayati et al., 2022; S. Pohan, 2023). Fenomena ini semakin berkembang seiring meningkatnya budaya visual dan ekonomi perhatian (*attention economy*) yang menjadikan eksposur publik sebagai sumber kapital sosial dan simbolik di media sosial (Fahmi et al., 2024; Farid, 2025). Melalui unggahan kendaraan mewah, barang bermerek, perjalanan eksklusif, maupun gaya hidup konsumtif lainnya, pengguna berusaha membangun citra kesuksesan yang kemudian dikonsumsi dan diinterpretasikan oleh pengguna lain (Khayati et al., 2022; Fahmi et al., 2024).

Dalam perkembangannya, praktik *flexing* tidak hanya dilakukan oleh selebritas atau influencer, tetapi juga telah menjadi budaya populer di kalangan masyarakat umum, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana

ekspresi diri dan pembentukan identitas digital (Nursakinah et al., 2025; Hukom & Setiadi, 2025). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial mendorong individu untuk mengelola kesan (*impression management*) melalui representasi diri yang dikurasi secara strategis guna memperoleh pengakuan sosial dan meningkatkan posisi simbolik dalam ruang digital (Susanti & Hantoro, 2022; Nursakinah et al., 2025). Akibatnya, media sosial berkembang menjadi arena kompetisi simbolik yang mendorong pengguna untuk terus menampilkan citra ideal mengenai kesuksesan, kekayaan, dan status sosial (Hukom & Setiadi, 2025).

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif kekerasan simbolik Pierre Bourdieu (1991) yang menjelaskan bagaimana dominasi sosial dapat berlangsung secara halus melalui simbol, makna, dan representasi yang diterima sebagai sesuatu yang wajar oleh masyarakat. Dalam arena media sosial, representasi kemewahan yang ditampilkan secara terus-menerus berpotensi membentuk standar sosial tertentu mengenai keberhasilan dan status sosial yang kemudian diterima sebagai norma umum oleh pengguna lainnya (Suryadi & Melisa, 2025; Prasetyo & Saraswati, 2023). Proses tersebut menunjukkan bahwa *flexing* tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi diri, tetapi juga dapat menjadi mekanisme reproduksi kekuasaan simbolik yang memperkuat hierarki sosial melalui distribusi modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik di ruang digital (Oktavianingtyas et al., 2025).

Meskipun penelitian mengenai *flexing* telah banyak dilakukan, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek komunikasi digital, personal branding, konstruksi identitas, dan budaya populer di media sosial (Fahmi et al., 2024b; S. Pohan, 2023). Penelitian yang secara khusus mengkaji *flexing* sebagai bentuk ekspresi kekerasan simbolik menggunakan kerangka teori Pierre Bourdieu dalam konteks Instagram masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang menghubungkan fenomena tersebut dengan perspektif kekerasan simbolik untuk menjelaskan bagaimana praktik *flexing* dapat mereproduksi relasi kuasa, dominasi simbolik, dan potensi kerugian sosial (*cultural harm*) dalam ruang digital (Hukom & Setiadi, 2025; Pisonya Mahardika Kaumpungan, 2025).

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *flexing* sebagai bentuk ekspresi kekerasan simbolik dalam arena media sosial Instagram dengan menggunakan perspektif Pierre Bourdieu mengenai habitus, modal, dan arena sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian kekerasan simbolik dan sosiologi digital, sekaligus memperluas pemahaman mengenai dinamika kekuasaan simbolik yang berkembang dalam budaya media sosial kontemporer.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk mengkaji fenomena *flexing* sebagai bentuk kekerasan simbolik dalam arena media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna, pengalaman, serta konstruksi sosial yang melatarbelakangi praktik *flexing*, bukan mengukur hubungan antarvariabel secara statistik. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya mendeskripsikan bagaimana praktik *flexing* direpresentasikan, diproduksi, dan dimaknai oleh pengguna Instagram serta bagaimana praktik tersebut bekerja sebagai bentuk kekerasan simbolik berdasarkan perspektif Pierre Bourdieu. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang terbentuk melalui interaksi, simbol, dan representasi di ruang digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap empat orang narasumber yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, terdiri atas tiga pengguna Instagram yang secara aktif melakukan praktik *flexing* dan satu orang ahli sosiologi yang memiliki kompetensi dalam kajian teori Pierre Bourdieu (1991) dan fenomena media sosial. Teknik purposive sampling digunakan karena para narasumber dinilai memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan yang relevan dengan fokus penelitian sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai praktik *flexing* sebagai bentuk kekerasan simbolik. Proses pengumpulan data dilaksanakan pada Mei 2026.

Observasi dilakukan secara nonpartisipatif terhadap aktivitas dan konten pada platform Instagram yang menampilkan praktik *Flexing*, seperti unggahan mengenai gaya hidup mewah, penggunaan barang bermerek, perjalanan eksklusif, aktivitas konsumtif, serta berbagai simbol status sosial yang dipublikasikan melalui foto, video, *reels*, maupun *stories*. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung berupa tangkapan layar konten Instagram yang relevan, literatur ilmiah, jurnal, buku, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fenomena *flexing*, media sosial, dan teori kekerasan simbolik Pierre Bourdieu (1991).

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin kredibilitas temuan penelitian, peneliti menerapkan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan masing-masing narasumber dengan hasil observasi terhadap konten Instagram serta data yang diperoleh melalui studi dokumentasi. Proses triangulasi tersebut dilakukan untuk memastikan konsistensi informasi sehingga interpretasi yang dihasilkan memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang lebih baik.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Praktik Flexing

Flexing merupakan fenomena sosial yang berkembang pesat di era digital, khususnya sejak meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang interaksi dan representasi diri masyarakat modern. Secara umum, *flexing* dapat dipahami sebagai perilaku memamerkan kekayaan, gaya hidup mewah, pencapaian, maupun simbol status sosial melalui media sosial untuk memperoleh pengakuan dan validasi sosial dari audiens digital (Pohan, 2023). Praktik ini biasanya ditampilkan melalui unggahan foto, video, maupun konten visual lainnya yang memperlihatkan barang bermerek, kendaraan mewah, tempat eksklusif, hingga aktivitas konsumtif yang diasosiasikan dengan keberhasilan dan kelas sosial tertentu (Khayati et al., 2022). Dalam perkembangannya, *flexing* tidak hanya dilakukan oleh kalangan selebritas atau figur publik, tetapi juga telah menjadi budaya populer di kalangan masyarakat umum, terutama generasi muda yang merupakan pengguna aktif media sosial.

Kemunculan fenomena *flexing* tidak dapat dipisahkan dari perkembangan media sosial yang memungkinkan individu membangun identitas digital secara lebih terbuka dan visual. Platform seperti Instagram menjadi ruang yang sangat mendukung praktik tersebut karena berbasis pada tampilan foto dan video yang memungkinkan pengguna menampilkan citra diri secara selektif kepada publik (Fahmi et al., 2024). Melalui media sosial, individu dapat mengonstruksi identitas yang diinginkan dengan menampilkan simbol-simbol kemewahan, keberhasilan, dan gaya hidup tertentu sebagai bentuk representasi diri di ruang digital (Brahmana et al., 2023). Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi arena kompetisi simbolik tempat individu berlomba memperoleh perhatian, popularitas, dan pengakuan sosial.

Selain sebagai bentuk ekspresi diri, *flexing* juga berkembang menjadi strategi personal branding di media sosial. Banyak individu memanfaatkan praktik *Flexing* untuk membangun citra diri yang dianggap sukses, modern, dan memiliki status sosial tinggi di mata publik (Herman, 2023). Konten-konten *flexing* sering kali dikemas secara estetik dan menarik agar mampu meningkatkan jumlah pengikut, interaksi, maupun popularitas di media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik *flexing* memiliki keterkaitan erat dengan budaya konsumsi dan kebutuhan akan validasi sosial dalam masyarakat digital. Semakin tinggi respons publik terhadap konten yang ditampilkan, semakin besar pula legitimasi sosial yang diperoleh individu tersebut di ruang digital.

Namun demikian, fenomena *flexing* juga menimbulkan berbagai dampak sosial yang cukup kompleks dalam kehidupan masyarakat. Paparan konten *flexing* secara terus-menerus dapat membentuk standar sosial baru mengenai keberhasilan, kekayaan, dan gaya hidup ideal yang dianggap harus dimiliki oleh setiap individu (Fahmi et al., 2024). Akibatnya, banyak pengguna media sosial mengalami tekanan

sosial untuk mengikuti gaya hidup yang ditampilkan di ruang digital meskipun tidak sesuai dengan kondisi ekonomi mereka. Selain itu, budaya *flexing* juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif, hedonisme, serta kecenderungan membandingkan kehidupan pribadi dengan kehidupan orang lain yang ditampilkan di media sosial (Nursakinah et al., 2025). Dalam beberapa kasus, praktik tersebut bahkan dapat memicu munculnya perilaku manipulasi citra diri demi mempertahankan pengakuan sosial di ruang digital.

Melalui praktik *flexing*, individu yang memiliki akses terhadap simbol kemewahan memperoleh posisi sosial yang lebih tinggi dan dianggap lebih berhasil dibandingkan individu lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi arena reproduksi kapital simbolik yang memperkuat ketimpangan sosial secara tidak langsung (Prasetyo & Saraswati, 2023). Dengan demikian, *flexing* tidak hanya dapat dipahami sebagai perilaku pamer kekayaan semata, tetapi juga sebagai praktik sosial yang mereproduksi relasi kuasa, dominasi simbolik, dan standar sosial tertentu dalam kehidupan masyarakat digital modern.

Praktik Flexing sebagai Bentuk Ekspresi Kekerasan Simbolik

Dalam perspektif Pierre Bourdieu, fenomena *flexing* atau pamer gaya hidup kaya di platform media sosial tidak dapat diabaikan sebagai sekadar aktivitas pamer yang dangkal atau perilaku mencari perhatian secara pribadi. Praktik ini, sebaliknya, telah berevolusi menjadi suatu bentuk kekerasan simbolik yang beroperasi dengan cara yang halus, tidak langsung, dan sering kali tidak disadari oleh baik si pelaku maupun masyarakat yang mengalaminya. Kekerasan simbolik muncul ketika kelas atas menegakkan struktur budaya, nilai-nilai, dan norma sosial mereka kepada kelas bawah, yang kemudian diterima begitu saja sebagai hal yang normal, sah, dan universal (Bourdieu, 1991). Di dalam arena digital Instagram, kekerasan simbolik ini termanifestasi melalui konstruksi standar kesuksesan yang diukur dari akumulasi modal, baik modal ekonomi (barang bermerek, nongkrong di tempat mahal) maupun modal budaya (selera estetika kelas atas).

“Menurut perspektif Bourdieu, flexing dapat menjadi bentuk dominasi atau kekerasan simbolik di media sosial karena tidak hanya sekadar pamer kekayaan, tetapi juga membentuk struktur sosial dan menciptakan pengelompokan kelas sosial. Flexing menghadirkan standar mengenai kesuksesan, kekayaan, dan keberhasilan yang kemudian diterima masyarakat secara tidak sadar... Kekerasan simbolik ini terjadi secara halus melalui proses pembentukan habitus, modal, dan arena sosial” (Wawancara dengan Shinta Julianti, 15 Mei 2026).

Penetapan standar sosial yang timpang ini memaksa para pengguna media sosial untuk masuk ke dalam sirkuit kompetisi status yang tidak berkesudahan (Bourdieu 1991). Guna memahami bagaimana kekerasan simbolik ini beroperasi secara

empiris di arena media sosial, pembahasan dibagi ke dalam tiga dimensi utama, yaitu:

1. Internalisasi standar melalui pergeseran habitus digital

Kekerasan simbolik dapat berfungsi dengan baik karena adanya proses penginternalisasian nilai-nilai yang berkuasa ke dalam habitus yang merupakan kerangka berpikir dan kecenderungan mental individu yang terbentuk oleh komunitas sosialnya (Oktavianingtyas et al., 2025). Melalui paparan konten *flexing* yang terus-menerus di linimasa Instagram, cara pandang pengguna tentang apa yang dikenal sebagai “kehidupan yang patut” atau “kebangkitan” mulai berubah. Pola konsumsi yang ditunjukkan oleh para pembuat konten atau influencer dari kelas atas tidak lagi dianggap sebagai gaya hidup yang terpisah, tetapi menjadi suatu tuntutan budaya yang harus diikuti agar individu tersebut mendapatkan pengakuan atas keberadaannya.

“Awalnya itu kan ikut tren tapi lama-lama jadi kebiasaan... ada tekanan tidak langsung untuk terlihat berhasil seperti orang lain sih, apalagi di media sosial kan... lingkungan pertemenan juga itu, berpengaruh juga ya karena ibaratkan juga banyak yang berlomba-lomba untuk menunjukkan gaya atau penghasilan mereka” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

Pernyataan Reza menegaskan bahwa struktur arena Instagram memaksa individu untuk ikut serta dalam perlombaan pamer pencapaian. Tekanan ini tidak bersifat fisik, melainkan tekanan psikologis-kultural yang memaksa individu menyamakan disposisi mental mereka dengan standar semu yang ada di media sosial.

2. Manipulasi modal demi legitimasi dan status pengakuan

Dalam arena Instagram, pengakuan digital (*likes, followers, comments*) bertindak sebagai bentuk modal simbolik yang memberikan prestise dan otoritas sosial kepada pemiliknya. Demi memperoleh modal simbolik ini, individu yang sebenarnya tidak memiliki modal ekonomi yang memadai rela melakukan “manipulasi modal”. Mereka mengemas diri dengan meminjam atribut kelas atas dengan medium baju bermerek, kendaraan, dan tempat nongkrong mahal; agar terlihat memiliki modal budaya dan modal ekonomi yang sah di mata audiens (S. Pohan, 2023).

“...ya gua nongkrong di tempat fancy, pake barang branded, kalung, jam, kaos gua pokonya branded lah Bang itu juga sebenarnya bukan dari duit gua sendiri si Bang ya demi personal branding aja buat gua... karena yaitu mempengaruhi gua, bagaimana orang ngeliat gua, kalo kata orang zaman sekarang personal branding gitu bang.” (Wawancara dengan Conglay, 10 Mei 2026).

3. Segregasi sosial, tekanan halus, dan dampak nyata di dunia asli

Dampak paling destruktif dari kekerasan simbolik melalui praktik *flexing* ini adalah terciptanya sekat-sekat sosial (segregasi) dan tekanan struktural yang tidak kasatmata. Ketika standar gaya hidup mewah dikonstruksikan sebagai satu-satunya indikator kesuksesan yang valid, pengguna media sosial yang kondisi ekonominya di dunia nyata masih terbatas akan mengalami alienasi, rasa minder, dan tekanan sosial yang berat. Tekanan halus ini pada akhirnya melahirkan aturan-aturan tidak tertulis yang memaksa masyarakat digital untuk bersikap konsumtif di luar batas kemampuan asli mereka.

“Iya, kayak ada aturan nggak resmi kalau mau dianggap keren ya harus tampil menarik dan kelihatan sukses... Orang jadi terdorong ngikutin standar tertentu tanpa sadar. Nggak ada yang maksa langsung, tapi tekanannya kerasa... [dampaknya] jadi lebih konsumtif dan kadang pengeluaran nggak sesuai kebutuhan cuma demi menjaga image di media sosial.” (Wawancara dengan Pacil, 11 Mei 2026).

Kekerasan simbolik ini mencapai titik keberhasilannya ketika individu memaksakan kondisi finansial riil mereka terdistorsi demi mengejar ilusi representasi di ruang digital. Masyarakat tanpa sadar mendisiplinkan diri mereka sendiri untuk tunduk pada standar kapitalistik yang diproduksi lewat konten-konten *flexing*.

Hal ini memperlihatkan bahwa *flexing* adalah bentuk operasionalisasi kekerasan simbolik yang sangat efektif di era digital. Melalui kolaborasi konseptual Bourdieu, ditemukan bahwa media sosial bertindak sebagai arena pertarungan kelas yang timpang. Praktik pamer kekayaan, selera, dan jaringan pertemanan kelas atas membentuk struktur dominasi baru yang melahirkan segregasi, menciptakan standar kesuksesan yang tidak realistis, dan menjebak kelas subordinat dalam lingkaran kecemasan sosial serta perilaku konsumtif yang eksploitatif di kehidupan nyata.

Bentuk Pola Flexing sebagai Bentuk Ekspresi Kekerasan Simbolik

Pola dan karakteristik praktik *flexing* di arena media sosial, khususnya Instagram, telah mengalami pergeseran struktural yang mempertegas eksistensi kekerasan simbolik di era digital (Marwick, 2015; Abidin, 2018). Jika pada masa konvensional tindakan pamer didominasi secara kaku oleh kepemilikan modal ekonomi asli seperti akumulasi aset fisik atau kekayaan absolut (*old money*), maka di arena media sosial pola tersebut bermutasi menjadi bentuk yang lebih cair, manipulatif, dan bervariasi (Abidin, 2018). Kekerasan simbolik dalam konteks ini tidak bekerja melalui pemaksaan fisik, melainkan melalui penyebaran pola-pola visual yang mengonstruksikan standar hidup tertentu sebagai sebuah keharusan kultural (Bourdieu, 1991). Berdasarkan data empiris dari para informan, ditemukan tiga pola

utama ekspresi *flexing* yang digunakan untuk menundukkan persepsi audiens, yaitu komodifikasi modal ekonomi artifisial, unjuk selera estetik sebagai modal budaya, serta eksploitasi jaringan pertemanan digital sebagai modal sosial (Bourdieu, 1986).

“Dahulu, flexing lebih identik dengan sifat materialistis, seperti memamerkan kekayaan, barang bermerek, uang, kendaraan mewah, atau gaya hidup ‘crazy rich’; saat ini terjadi pergeseran bentuk flexing. Flexing tidak lagi hanya berkaitan dengan kekayaan materi, tetapi juga berkembang ke arah modal budaya dan modal sosial... Interaksi sosial saat ini tidak lagi hanya terjadi di dunia nyata, tetapi juga berpindah ke dunia maya atau arena digital. Perubahan arena ini kemudian memengaruhi bentuk, karakteristik, dan pola Flexing yang dilakukan individu di media sosial.” (Wawancara dengan Shinta Julianti, 15 Mei 2026).

Pola pertama yang paling kentara di arena Instagram adalah manipulasi dan komodifikasi modal ekonomi artifisial. Kekerasan simbolik bekerja secara efektif di sini karena platform digital mengizinkan individu mengonstruksi identitas palsu yang terpisah dari realitas finansial asli mereka di dunia asli. Para pelaku *flexing* membentuk pola konsumsi kelas atas demi memenuhi ekspektasi visual audiens dan menciptakan ilusi kemapanan. Guna memancarkan simbol dominasi ekonomi tersebut, penggunaan atribut-atribut bermerek dan kunjungan ke tempat-tempat mewah diproduksi sebagai representasi kelas dominan yang wajib ditampilkan.

Pola kedua bergeser pada unjuk modal budaya yang mewujud dalam bentuk selera dan gaya hidup yang terkurasi. Dalam teori Bourdieu (1991), selera bukanlah sesuatu yang netral, melainkan instrumen pembatas untuk mensegregasi kelas sosial. Pola *flexing* di sini tidak lagi sekadar memperlihatkan uang, melainkan memperlihatkan kemampuan kognitif individu dalam mengapresiasi objek-objek kultural kelas atas, mulai dari memilih kafe estetik hingga mengenakan perpaduan pakaian yang dianggap memenuhi standar estetika modern.

“Saya biasanya upload konten nongkrong di tempat mahal, terus outfit yang branded dan liburan-liburan... Menurut saya, image di Instagram itu penting karena orang sekarang kan menilainya dari apa yang dilihat ya di media sosial, jadi penting sih menurut saya... Agar terlihat sukses di media sosial yang punya kehidupan yang bagus.” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

Lebih lanjut, pola ekspresi *flexing* ini juga merambah ke eksploitasi modal sosial yang bertransformasi menjadi sarana kompetisi digital. Hubungan pertemanan, jejaring kelompok, serta pengakuan kelompok elit dipamerkan di lini masa untuk memperkuat posisi tawar sosial individu di mata netizen. Munculnya fenomena perlombaan antarkelompok pertemanan dalam mempertontonkan standar gaya hidup yang setara melahirkan iklim persaingan yang toksik namun halus. Pola interaksi digital ini pada akhirnya memaksa pengguna internet lainnya untuk

membandingkan kehidupan asli mereka dengan representasi idealitas yang ditampilkan oleh orang lain.

“...ada tekanan tidak langsung untuk terlihat berhasil seperti orang lain sih, apalagi di media sosial kan... lingkungan pertemanan juga itu, berpengaruh juga yaa karena ibaratkan juga banyak yang berlomba-lomba untuk menunjukkan gaya atau penghasilan mereka... karena dari banyaknya orang akhirnya itu bisa membandingkan hidup mereka dengan apa yang dilihat di sosial media terutama di media sosial.” (Wawancara dengan Pacil, 11 Mei 2026).

Secara keseluruhan, kompilasi pola-pola *flexing* di atas membuktikan bahwa kekerasan simbolik bekerja melalui mekanisme yang sangat terstruktur di arena Instagram. Representasi gaya hidup mewah tidak lagi dipandang sebagai anomali, melainkan dikonstruksikan sebagai doktrin sosial yang memaksa individu dari kelas ekonomi bawah untuk tunduk, meniru, dan mendisiplin diri mereka sendiri. Penundukan tanpa paksaan fisik inilah yang menjadi esensi dari kekerasan simbolik Bourdieu, yang secara tidak sadar mengadopsi skema pemikiran kelas dominan yang diproduksi melalui pola-pola *flexing* di media sosial, meskipun harus dibayar dengan distorsi finansial di kehidupan nyata.

Faktor Penyebab Flexing

Praktik *flexing* yang terjadi di arena media sosial Instagram tidak muncul dari ruang hampa, melainkan didorong oleh akumulasi faktor internal berupa disposisi mental individu, yaitu habitus, serta faktor eksternal berupa tuntutan struktural di dalam arena digital tersebut (Bourdieu, 1977; Bourdieu, 1990). Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat narasumber, ditemukan bahwa faktor penyebab utama tindakan ini saling berkelindan, mulai dari pencarian validasi sosial, pembentukan citra digital (*personal branding*), hingga adanya tekanan kelompok sebaya yang terinstitusionalisasi secara halus (Marwick, 2015; Abidin, 2018).

“Perilaku Flexing dihasilkan dari sebuah habitus dan juga modal di dalam arena... Habitus itu bicara mengenai bagaimana sebuah perilaku, pemikiran, ide, dan gagasan dihasilkan dari proses sosialisasi, di mana terjadi pergeseran budaya dan nilai di masyarakat saat ini. Di arena medsos yang penuh konstruksi dan manipulasi, ada kalanya pelaku melakukan Flexing karena ingin memuaskan egoistik dari individu masing-masing, mengeksistensikan kelas sosialnya, hingga dimanfaatkan dalam sistem kapitalisme untuk meraup keuntungan tertentu.” (Wawancara dengan Shinta Julianti, 15 Mei 2026).

1. Kebutuhan eksistensi dan pembentukan citra diri

Faktor penyebab pertama yang paling dominan di kalangan informan adalah kebutuhan untuk membangun *personal branding* atau citra diri yang sukses di mata

publik digital (Khamis et al., 2017; Abidin, 2018). Di arena Instagram, individu dinilai secara instan berdasarkan apa yang mereka tampilkan pada aspek visual (Marwick, 2015). Kondisi ini melahirkan kesadaran bahwa menampilkan kehidupan nyata yang biasa saja atau berstatus ekonomi rendah akan membuat mereka kurang dihargai dalam interaksi sosial digital (Goffman, 1959; Marwick, 2015). Oleh karena itu, menampilkan gaya hidup mewah menjadi strategi taktis untuk mendongkrak status sosial (Bourdieu, 1986). Sebagaimana didukung dengan pernyataan informan sebagai berikut:

“Agar terlihat sukses di media sosial yang punya kehidupan yang bagus... Menurut saya, image di Instagram itu penting karena orang sekarang kan menilainya dari apa yang dilihat ya di media sosial, jadi penting sih menurut saya.” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

2. Pencarian validasi sosial melalui simbol digital

Faktor kedua yang menyebabkan informan terjebak dalam pola perilaku *flexing* adalah hasrat untuk mendapatkan validasi dan pengakuan sosial secara instan (Nadkarni & Hofmann, 2012; Abidin, 2018). Respons audiens yang diwujudkan melalui fitur platform berupa jumlah tanda suka, pengikut, dan komentar pujian bertindak sebagai bentuk modal simbolik (Bourdieu, 1986; Marwick, 2015). Adanya kepuasan psikologis saat menerima perhatian dan pujian digital ini memicu sirkuit dopamin individu untuk terus memproduksi konten-konten pamer secara berulang (Montag et al., 2019; Meshi et al., 2015). Seperti pernyataan informan berikut:

“Karena pengen dapet validasi sih. Pas upload terus banyak yang like, komen, atau bilang “gila keren banget”, itu ada rasa puas sendiri. Ditambah sekarang media sosial tuh kayak tempat orang nunjukin pencapaian hidup... Pengaruh banget [followers, likes]. Semakin rame respons orang, makin pengen upload lagi. Ada rasa puas kalau kontennya dapat perhatian.” (Wawancara dengan Pacil, 11 Mei 2026).

3. Tekanan kelompok sebaya

Faktor penyebab ketiga bersifat eksternal-struktural, yaitu adanya tekanan tidak langsung dan iklim kompetisi sosial yang sangat kuat di dalam lingkaran pertemanan para informan. Ketika lingkungan sosial di sekitar individu (baik teman kuliah maupun figur yang mereka ikuti di Instagram) secara konstan memamerkan kemewahan dan pencapaian, muncul perasaan takut tertinggal dan rasa tidak ingin kalah saing. Kondisi ini menciptakan “aturan tidak tertulis” di mana individu merasa dipaksa secara halus untuk ikut mengadopsi gaya hidup yang sama demi tetap dianggap relevan di dalam kelompoknya.

“...saya mulai Flexing sejak melihat banyak konten lifestyle yang viral di instagram, jadi saya ikutan juga dengan tren... ada tekanan tidak langsung

untuk terlihat berhasil seperti orang lain sih, apalagi di media sosial kan... lingkungan pertemanan juga itu, berpengaruh juga yaa karena ibaratkan juga banyak yang berlomba lomba untuk menunjuka gaya atau penghasilan mereka... saya melihatnya untuk di Instagram ya, itu emang tempat kompetisi.” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

Berdasarkan pernyataan informan di atas, dapat disimpulkan secara sosiologis bahwa faktor penyebab keempat narasumber melakukan *flexing* merupakan hasil antara habitus (kebutuhan batiniah akan harga diri, validasi, dan gengsi) bertemu dengan arena Instagram yang menyediakan fasilitas serta metrik untuk mengonversi tindakan pamer tersebut menjadi kekuasaan simbolik. Akibatnya, meskipun para informan memiliki keterbatasan modal ekonomi di dunia nyata (sebagai mahasiswa), mereka tetap terdorong melakukan *flexing* akibat jeratan struktural media sosial yang mengonstruksikan citra kemewahan sebagai satu-satunya indikator kesuksesan yang sah.

Dampak Flexing

Praktik *Flexing* di arena media sosial Instagram membawa konsekuensi sosiologis yang destruktif dan eksploitatif bagi struktur kognitif serta kondisi material masyarakat digital. Dalam kacamata sosiologi Pierre Bourdieu (1991), dampak dari pamer kemewahan ini tidak berhenti pada kepuasan psikologis jangka pendek bagi pelaku, melainkan melahirkan implikasi sistemik berupa pelanggaran kekerasan simbolik yang berujung pada segregasi kelas sosial, pemaksaan standar sosial yang semu, serta distorsi finansial yang nyata di kehidupan nyata. Kekerasan simbolik dalam fenomena ini memanifestasikan dampaknya melalui pembentukan batas-batas sosial yang tak kasatmata, di mana keberhasilan seorang individu sepenuhnya direduksi menjadi sebatas representasi visual materi yang lolos kurasi algoritma platform. Sebagai sebuah bentuk dominasi yang bekerja secara halus, dampak-dampak tersebut diinternalisasi oleh masyarakat pengguna internet tanpa adanya paksaan fisik. Namun, namun dampaknya terasa nyata dalam mendikte tindakan sehari-hari.

“Flexing menghadirkan standar mengenai kesuksesan, kekayaan, dan keberhasilan yang kemudian diterima masyarakat secara tidak sadar. Hal ini menimbulkan penilaian sosial, segregasi, bahkan ironi bagi kelompok yang tidak mampu mencapai standar tersebut. Kekerasan simbolik ini terjadi secara halus melalui proses pembentukan habitus, modal, dan arena sosial, sehingga masyarakat tanpa sadar mengikuti nilai yang dibangun oleh budaya Flexing... Dampaknya tidak hanya terjadi di media sosial, tetapi juga memengaruhi kehidupan nyata masyarakat.” (Wawancara dengan Shinta Julianti, 15 Mei 2026).

Dampak pertama yang paling krusial pada level individu adalah distorsi orientasi keuangan dan pembentukan pola perilaku konsumtif yang eksploitatif di kehidupan

nyata. Demi menjaga reputasi, memburu validasi digital, serta mempertahankan modal simbolik berupa akumulasi *likes* dan komentar, para aktor yang dalam hal ini adalah mahasiswa dengan kondisi keuangan pas-pasan rela mengorbankan stabilitas ekonomi mereka. Kebutuhan primer yang bersifat substansial sengaja digeser demi membiayai kebutuhan artifisial yang dituntut oleh arena Instagram, seperti nongkrong di kafe estetik atau membeli pakaian bermerek.

“Pengaruh banget [followers, likes]. Semakin rame respons orang, makin pengen upload lagi. Ada rasa puas kalau kontennya dapat perhatian... [Dampaknya] jadi lebih konsumtif dan kadang pengeluaran nggak sesuai kebutuhan cuma demi menjaga image di media sosial... Masih standar mahasiswa sih.” (Wawancara dengan Pacil, 11 Mei 2026).

Dampak kedua bermanifestasi pada penciptaan alienasi psikologis dan distorsi penilaian sosial yang didasarkan pada standar kesuksesan yang tidak realistis. Melalui paparan visual *flexing* yang masif, pengguna media sosial dipaksa untuk terus-menerus membandingkan kehidupan riil mereka yang biasa saja dengan representasi idealitas hidup mewah yang ditampilkan oleh orang lain. Kondisi ini melahirkan dampak psikologis berupa munculnya rasa minder, kecemasan sosial, serta perasaan teralienasi dari lingkungan jika tidak mampu mencapai standar kemewahan yang diagungkan oleh platform digital tersebut.

“Sebenarnya saya itu juga sadar ya kalau konten itu bisa membuat orang iri dan minder juga mungkin ya... dampak sosialnya mungkin membuat standar kesuksesan tertentu yang kadang tidak realistis mungkin ya Mas... karena dari banyaknya orang akhirnya itu bisa membandingkan hidup mereka dengan apa yang dilihat di media sosial terutama di media sosial.” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

Dampak ketiga yang memperkuat eksistensi kekerasan simbolik adalah munculnya tekanan sosial yang halus namun memaksa (*digital peer pressure*) yang menginstitusionalisasikan “aturan tidak tertulis” di ruang publik digital. Setiap individu di dalam arena Instagram seolah-olah dituntut dan didisiplinkan secara otomatis untuk tampil sempurna dan sukses. Hal ini berdampak pada hilangnya autentisitas diri, di mana para aktor sosial merasa tidak akan diakui atau kurang dihargai keberadaannya jika mereka menampilkan diri apa adanya tanpa polesan kemewahan.

“Menurut gua yang bang, bisa aja karena orang akan terus ngikutin nih Bang salah satunya gua... betul Bang, menurut gua ya semua orang kaya dipaksa aja buat ngikutin standar itu tapi kalo gua sih harus... secara tidak langsung kita dipaksa sih bang, tapi ya harus harus juga karena personal branding yang udah gua lakuin ya seperti itu.” (Wawancara dengan Conglat, 10 Mei 2026).

Lebih lanjut, dampak yang paling ironis dari bekerjanya kekerasan simbolik melalui praktik *flexing* ini adalah keterjebakan korban dalam memproduksi dan melanggengkan sistem dominasi itu sendiri. Para pelaku *flexing* sadar bahwa realitas digital yang mereka bangun penuh dengan kepalsuan dan konstruksi manipulatif. Namun, demi mendapatkan legitimasi berupa modal simbolik, mereka tetap memilih untuk “nyebur” dan terjebak dalam siklus perlombaan pameran pencapaian semu tersebut.

“Nggak, Bang, banyak yang sebenarnya ga sesuai realita, kita bisa jadi siapapun di media sosial... gua mungkin lebih selektif aja, ga seperti sebelumnya karena udah terlalu nyebur lah ya Bang bahasanya, jadi yaudah... semua orang bisa jadi apapun di media sosial, jadi yang akhirnya tampil di media sosial dengan aslinya ya ga selalu nyata, yang penting ya personal branding aja.” (Wawancara dengan Conglay, 10 Mei 2026).

Hal ini membuktikan bahwa praktik *flexing* tidak sekadar menciptakan gaya hidup konsumtif yang artifisial, melainkan telah mendistorsi secara mendalam struktur berpikir dan bertindak masyarakat. Dampak dari kekerasan simbolik ini mencapai titik keberhasilannya ketika masyarakat secara sukarela mendisiplinkan diri mereka untuk tunduk dan mengejar standar kesuksesan kapitalistik yang tidak realistis (Bourdieu, 1991). Penundukan halus inilah yang menjadi esensi destruktif dari fenomena *flexing*, di mana para informan Conglay, Reza, dan Pacil; pada akhirnya harus menanggung beban material berupa pengeluaran finansial yang tidak sehat serta beban psikologis berupa kecemasan sosial yang konstan demi mempertahankan legitimasi semu di dalam panggung sandiwara arena digital Instagram.

Analisis Teori Kekerasan Simbolik dalam Praktik Flexing

Praktik *flexing* di arena media sosial Instagram membawa konsekuensi sosiologis yang destruktif. Melalui lensa teoretis Pierre Bourdieu (1991), fenomena *flexing* di platform Instagram merepresentasikan bentuk kekerasan simbolik yang beroperasi secara laten, persuasif, serta kerap luput dari kesadaran para penggunanya. Opresi simbolik ini tidak bermanifestasi melalui paksaan fisik yang koersif, melainkan menyusup melalui normalisasi standar estetika, nilai hidup borjuis, dan simbol-simbol kemewahan yang lambat laun dianggap sebagai kewajaran dalam ekosistem digital. Temuan lapangan peneliti mengonfirmasi bahwa dinamika *flexing* di Instagram digerakkan oleh dialektika antara habitus, akumulasi modal, dan konformitas arena sosial yang saling berkelindan dalam mengonstruksi hierarki dominasi virtual. Berikut adalah bagan yang menunjukkan teori kekerasan simbolik dalam praktik *flexing*:

Tabel 1. Teori Kekerasan Simbolik dalam Praktik *Flexing*

Komponen Teori Bordieu	Temuan pada Praktik <i>Flexing</i> di Instagram	Bentuk Dominasi Simbolik yang Terjadi	Dampak terhadap Audiens
Habitus	Pengguna terbiasa menampilkan gaya hidup mewah, barang bermerek, liburan eksklusif, dan pencapaian finansial sebagai representasi diri	Kemewahan dikonstruksi sebagai standar keberhasilan yang dianggap normal dan ideal	Audiens terdorong membandingkan diri, muncul perasaan kurang berhasil, iri sosial, dan FoMO
Arena (<i>Field</i>)	Instagram menjadi ruang kompetisi simbolik yang diukur melalui <i>likes</i> , <i>comments</i> , <i>views</i> , <i>engagement</i> , dan <i>followers</i>	Pengguna berlomba memperoleh pengakuan sosial melalui pencitraan status dan gaya hidup	Terjadi persaingan simbolik untuk mendapatkan legitimasi dan eksistensi sosial
Modal Ekonomi	Kepemilikan mobil mewah, rumah mewah, fashion branded, dan konsumsi eksklusif ditampilkan sebagai konten	Kekayaan menjadi sumber legitimasi dan alat memperoleh pengakuan publik	Audiens menganggap kekayaan sebagai ukuran utama kesuksesan
Modal Sosial	Jaringan pertemanan dengan selebritas, influencer, atau figur publik sering ditampilkan	Relasi sosial digunakan sebagai simbol prestise dan status	Meningkatkan stratifikasi sosial berbasis koneksi sosial
Modal Kultural	Menampilkan selera hidup tertentu seperti <i>luxury lifestyle</i> , <i>premium</i> , <i>fine dining</i> , dan tren eksklusif	Selera kelas atas dianggap lebih bernilai dibandingkan budaya lain	Muncul hierarki simbolik berdasarkan gaya hidup
Modal Simbolik	Verifikasi akun, popularitas, <i>followers</i> tinggi, dan citra sukses memperoleh legitimasi sosial	Status sosial diterima sebagai sesuatu yang wajar dan layak dikagumi	Audiens memberikan pengakuan tanpa mempertanyakan sumber legitimasi tersebut
Kekerasan Simbolik	<i>Flexing</i> diterima sebagai konten yang normal, inspiratif, dan patut dicontoh	Dominasi kelompok bermodal besar berlangsung secara halus tanpa paksaan fisik	Audiens menginternalisasi standar keberhasilan yang ditentukan oleh kelompok dominan
Reproduksi Dominasi	Konten <i>Flexing</i> terus direplikasi oleh pengguna lain untuk memperoleh pengakuan serupa	Struktur ketimpangan simbolik terus dipertahankan dan dinormalisasi	Terbentuk budaya konsumtif, kompetisi status, dan tekanan sosial digital

Sumber: Olahan Peneliti, 2026

Sebagai sebuah arena (*field*) digital, Instagram menyediakan panggung bagi individu untuk saling berkompetisi memburu rekognisi sosial lewat kurasi visual mengenai kemapanan dan gaya hidup elit. Aturan main di dalam arena ini menetapkan bahwa metrik digital seperti jumlah pengikut, popularitas, tingkat keterlibatan (*likes* dan komentar), serta citra visual bertindak sebagai modal simbolik penentu posisi tawar seseorang dalam stratifikasi siber. Kondisi ini memaksa para peselancar dunia maya untuk memfabrikasi representasi diri yang ideal demi mengamankan legitimasi dari audiens virtual. Sejalan dengan realitas

tersebut, sosiolog Shinta Julianti menegaskan bahwa *Flexing* telah bermutasi menjadi instrumen dominasi struktural yang mengotak-ngotakkan kelas sosial di ruang digital, bukan lagi sekadar pelampiasan pamer materi secara personal.

“Menurut perspektif Bourdieu, flexing dapat menjadi bentuk dominasi atau kekerasan simbolik di media sosial karena tidak hanya sekadar pamer kekayaan, tetapi juga membentuk struktur sosial dan menciptakan pengelompokan kelas sosial. Flexing menghadirkan standar mengenai kesuksesan, kekayaan, dan keberhasilan yang kemudian diterima masyarakat secara tidak sadar... Kekerasan simbolik ini terjadi secara halus melalui proses pembentukan habitus, modal, dan arena sosial” (Wawancara dengan Shinta Julianti, 15 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa praktik *flexing* bekerja melalui pembentukan standar sosial tertentu yang secara tidak sadar diterima oleh masyarakat digital sebagai ukuran keberhasilan hidup. Dalam konsep Bourdieu (1991), kondisi ini disebut sebagai *doxa*, yaitu situasi ketika nilai-nilai dominan diterima begitu saja sebagai sesuatu yang normal dan sah. Di arena Instagram, standar keberhasilan kemudian direduksi menjadi kemampuan menampilkan simbol kemewahan, gaya hidup elit, serta pencitraan sosial yang dianggap prestisius.

Proses kekerasan simbolik tersebut semakin kuat karena adanya internalisasi habitus digital di kalangan pengguna media sosial. Paparan konten *flexing* secara terus-menerus membuat individu mulai menyesuaikan cara berpikir dan perilakunya dengan standar sosial yang berkembang di media sosial. Akibatnya, individu merasa perlu menampilkan citra sukses agar tetap diakui keberadaannya dalam lingkungan digital maupun lingkungan pertemanan sosialnya.

“Awalnya itu kan ikut tren tapi lama-lama jadi kebiasaan... ada tekanan tidak langsung untuk terlihat berhasil seperti orang lain sih, apalagi di media sosial kan... lingkungan pertemanan juga itu, berpengaruh juga ya karena ibaratkan juga banyak yang berlomba-lomba untuk menunjukkan gaya atau penghasilan mereka” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa kekerasan simbolik bekerja melalui tekanan psikologis-kultural yang tidak terlihat secara langsung. Tidak ada paksaan fisik yang memaksa individu melakukan *flexing*, tetapi struktur sosial digital secara perlahan membentuk kesadaran bahwa keberhasilan harus ditampilkan melalui simbol visual tertentu. Dalam konteks ini, habitus individu mengalami perubahan akibat paparan budaya digital yang terus mereproduksi standar gaya hidup mewah sebagai bentuk legitimasi sosial.

Selain melalui habitus, kekerasan simbolik dalam praktik *flexing* juga bekerja melalui mekanisme konversi modal. Dalam teori Bourdieu (1991), modal ekonomi, modal budaya, dan modal sosial dapat diubah menjadi modal simbolik ketika

memperoleh pengakuan sosial dari masyarakat. Di Instagram, individu tidak harus benar-benar memiliki kekayaan besar untuk terlihat memiliki status sosial tinggi. Individu dapat melakukan manipulasi modal dengan meminjam simbol-simbol kelas atas demi memperoleh legitimasi sosial di mata audiens digital.

Pernyataan informan Conglay menunjukkan bahwa praktik *flexing* bekerja melalui pembentukan standar sosial tertentu yang secara tidak sadar diterima oleh masyarakat digital sebagai ukuran keberhasilan hidup. Dalam konsep Bourdieu (1991), kondisi ini disebut sebagai *doxa*, yaitu situasi ketika nilai-nilai dominan diterima begitu saja sebagai sesuatu yang normal dan sah. Di arena Instagram, standar keberhasilan kemudian direduksi menjadi kemampuan menampilkan simbol kemewahan, gaya hidup elit, serta pencitraan sosial yang dianggap prestisius.

Proses kekerasan simbolik tersebut semakin kuat karena adanya internalisasi habitus digital di kalangan pengguna media sosial. Paparan konten *flexing* secara terus-menerus membuat individu mulai menyesuaikan cara berpikir dan perilakunya dengan standar sosial yang berkembang di media sosial. Akibatnya, individu merasa perlu menampilkan citra sukses agar tetap diakui keberadaannya dalam lingkungan digital maupun lingkungan pertemanan sosialnya.

“Awalnya itu kan ikut tren tapi lama-lama jadi kebiasaan... ada tekanan tidak langsung untuk terlihat berhasil seperti orang lain sih, apalagi di media sosial kan... lingkungan pertemanan juga itu, berpengaruh juga ya karena ibaratkan juga banyak yang berlomba-lomba untuk menunjukkan gaya atau penghasilan mereka” (Wawancara dengan Reza, 10 Mei 2026).

Pernyataan informan Reza memperlihatkan bahwa kekerasan simbolik bekerja melalui tekanan psikologis-kultural yang tidak terlihat secara langsung. Tidak ada paksaan fisik yang memaksa individu melakukan *flexing*, tetapi struktur sosial digital secara perlahan membentuk kesadaran bahwa keberhasilan harus ditampilkan melalui simbol visual tertentu. Dalam konteks ini, habitus individu mengalami perubahan akibat paparan budaya digital yang terus mereproduksi standar gaya hidup mewah sebagai bentuk legitimasi sosial.

Selain melalui habitus, kekerasan simbolik dalam praktik *flexing* juga bekerja melalui mekanisme konversi modal. Dalam teori Bourdieu (1991), modal ekonomi, modal budaya, dan modal sosial dapat diubah menjadi modal simbolik ketika memperoleh pengakuan sosial dari masyarakat. Di Instagram, individu tidak harus benar-benar memiliki kekayaan besar untuk terlihat memiliki status sosial tinggi. Individu dapat melakukan manipulasi modal dengan meminjam simbol-simbol kelas atas demi memperoleh legitimasi sosial di mata audiens digital.

Pernyataan dari informan Conglay menunjukkan bahwa *flexing* bukan lagi sekadar aktivitas konsumsi, tetapi telah menjadi strategi simbolik untuk membangun identitas sosial dan memperoleh pengakuan. Manipulasi modal yang dilakukan

informan menunjukkan bagaimana arena Instagram memungkinkan individu menciptakan citra diri yang tidak selalu sesuai dengan kondisi ekonomi sebenarnya. Dalam konteks ini, kekerasan simbolik bekerja dengan cara memaksa individu mengikuti standar sosial yang dibentuk oleh kelas dominan agar tetap dianggap layak dalam lingkungan digital.

Selain itu, praktik *flexing* juga melahirkan segregasi sosial dan tekanan simbolik yang semakin memperkuat hierarki sosial di media sosial. Individu yang mampu menampilkan simbol kemewahan memperoleh posisi sosial lebih tinggi, sedangkan individu yang tidak mampu mengikuti standar tersebut berpotensi mengalami rasa rendah diri, kecemasan sosial, hingga tekanan psikologis untuk terus menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial digital.

Pernyataan informan Pacil memperlihatkan secara jelas esensi kekerasan simbolik Bourdieu (1991), yaitu dominasi yang diterima secara sukarela tanpa disadari sebagai bentuk penindasan. Tekanan sosial dalam praktik *flexing* tidak bekerja melalui ancaman terbuka, tetapi melalui pembentukan norma sosial digital yang membuat individu merasa wajib mengikuti standar tertentu agar tetap relevan di lingkungan sosialnya.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flexing* di Instagram merupakan bentuk kekerasan simbolik yang bekerja melalui internalisasi habitus digital, manipulasi modal demi memperoleh legitimasi sosial, serta pembentukan standar keberhasilan yang menciptakan tekanan sosial secara halus. Instagram sebagai arena digital berfungsi sebagai ruang reproduksi dominasi simbolik, di mana individu berlomba mengumpulkan modal simbolik melalui representasi gaya hidup mewah dan pencitraan status sosial. Akibatnya, praktik *flexing* tidak lagi dapat dipahami sekadar sebagai hiburan atau ekspresi diri semata, melainkan sebagai mekanisme dominasi sosial yang mereproduksi ketimpangan dan hierarki kelas dalam kehidupan masyarakat digital kontemporer.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik *flexing* di media sosial Instagram merupakan bentuk ekspresi kekerasan simbolik yang bekerja secara halus melalui representasi kemewahan berupa penggunaan barang bermerek, kendaraan mewah, dan aktivitas konsumtif, representasi gaya hidup eksklusif seperti fine dining, liburan, dan tempat-tempat premium, serta simbol keberhasilan yang ditunjukkan melalui popularitas digital, jumlah followers, likes, dan pengakuan publik. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, Instagram berfungsi sebagai arena sosial yang memungkinkan individu mengakumulasi modal ekonomi, modal budaya, dan modal sosial untuk dikonversi menjadi modal simbolik berupa prestise dan legitimasi sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku kekerasan

simbolik tidak hanya pengguna yang secara aktif memproduksi konten *flexing*, tetapi juga arena Instagram yang mereproduksi standar keberhasilan melalui budaya visual dan validasi digital. Adapun korban kekerasan simbolik adalah pengguna media sosial yang secara tidak sadar menginternalisasi standar tersebut, kemudian membandingkan dirinya dengan representasi digital yang ditampilkan orang lain dan terdorong menyesuaikan perilaku serta pola konsumsinya demi memperoleh pengakuan sosial.

Penelitian ini juga menemukan bahwa praktik *flexing* dipengaruhi oleh kebutuhan membangun personal branding, pencarian validasi sosial, serta tekanan kelompok sebaya yang saling berkelindan dengan habitus dan karakteristik arena digital. Faktor-faktor tersebut mendorong pelaku melakukan komodifikasi modal ekonomi artifisial, menampilkan modal budaya melalui gaya hidup estetik, serta mengeksploitasi modal sosial melalui jaringan pertemanan sebagai strategi memperoleh modal simbolik. Dampak yang ditimbulkan tidak hanya berupa meningkatnya perilaku konsumtif dan distorsi orientasi keuangan, tetapi juga munculnya kecemasan sosial, tekanan untuk mempertahankan citra diri, serta terbentuknya standar keberhasilan yang tidak realistis sehingga *flexing* menjadi mekanisme reproduksi relasi kuasa dan stratifikasi sosial di ruang digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada praktik *flexing* di platform Instagram dengan jumlah informan yang terbatas sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan pada seluruh pengguna media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan informan yang lebih beragam, membandingkan berbagai platform media sosial, serta menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif agar dapat memperkaya kajian mengenai *flexing* sebagai bentuk kekerasan simbolik.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada dosen pembimbing Chazizah Gusnita, S. Sos., M.Krim., dan seluruh dosen Program Studi Kriminologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Studi Global, Universitas Budi Luhur, atas bimbingan, arahan, serta masukan yang diberikan selama proses penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang berharga sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada keluarga, sahabat, dan rekan-rekan yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan doa selama proses penyusunan penelitian ini.

References

- Abidin, C. (2018). Internet celebrity: *Understanding fame online*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/9781787560765>
- Ahmad Suryadi, & Jeni Mona Melisa. (2025). *Instagram and Political Power: How Social Media Enhances the Self-Image of Political Actors*. Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam, 3(1), 57–69. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v3i1.9925>
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). *Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019*. In *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* (Vol. 24, Number 4, pp. 215–222). Mary Ann Liebert Inc. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Aulia, F., & Putri, Y. S. (2024). *Use of Instagram as a Medium for Adolescence Self-Identity Construction*. In *International Journal of Media and Communication Research* (Vol. 5, Number 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.25299/ijmcr.v5i1.15007>
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press.
- Fahmi, A. N., Komariah, S., & Wulandari, P. (2024). *Flexing dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z di Indonesia*. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>
- Farid, A. S. (2025). Framing Dakwah Islam terhadap *Flexing*, Seks Bebas dan Budaya Narsisme di Era Digital. 15(1), 2025. <https://doi.org/10.47766/liwauldakwah.v15i1.6039>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Herman. (2023). *Praktik Komunikasi Flexing Publik di Media* (Vol. 8). <https://doi.org/https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v8i3.2137>
- Hukom, R., & Setiadi, M. H. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Kejahatan di Era Digital: Studi Kriminologi dengan Pendekatan Netnografi. Perkara. Jurnal Ilmu Hukum Dan Politik, 3(1), 750–768. <https://doi.org/10.51903/perkara.v3i1.2353>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Kurnia, A., & Nasution, P. (2023). *Journal of Linguistics, Literature and Language Teaching (JLLLT) Instagram in English Language Learning: A Systematic Literature Review*. 3(1), 33–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.37249/jlllt.v3i1.708>

- Marwick, A. E. (2015). *Instafame: Luxury selfies in the attention economy*. *Public Culture*, 27(1), 137–160. <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>
- Meshi, D., Morawetz, C., & Heekeren, H. R. (2015). Nucleus accumbens response to gains in reputation for the self relative to gains for others predicts social media use. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(31), 9627–9632. <https://doi.org/10.1073/pnas.1505519112>
- Montag, C., Sindermann, C., Becker, B., & Panksepp, J. (2019). An affective neuroscience framework for the molecular study of Internet addiction. *Frontiers in Psychology*, 10, 316. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00316>
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nur Khayati, Dinda Apriliyanti, Victoria Natacia Sudiana, Aji Setiawan, & Didi Pramono. (2022). Fenomena *Flexing* di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i2.36077>
- Nursakinah, N., Alim, J. A., Ulya, Z., Studi, P., Guru, P., & Dasar, S. (2025). Pengalaman Generasi Z dalam Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Ekspresi Diri. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.62017/arima>
- Oktavianingtyas, I., Rusadi, U., Jamalullail, J., & Napitupulu, F. (2025). *The role of symbolic capital and symbolic violence in shaping social hierarchies through digital consumption and production in roblox online game*. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 11(2), 213–224. <http://journal.ubm.ac.id/>. <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v11i2.8113>
- Pisonya Mahardika Kaumpungan. (2025). Analisis Kriminologi: Kejahatan Sebagai Hiburan. In *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 5). <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1174>
- Prasetyo, D., & Saraswati, T. (2023). *Celebrating Virtual Existence on Social Class and Social Media In Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK) (Number 11)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37826/spektrum.v11i1.447>
- Rejuna Phanes Brahmana, C. S., Kurnia Surya Ningrum, D., & Br Perangin-angin, A. (n.d.). *Visualizing Personal Branding: A Multimodal Analysis of “Flexing” in Instagram*. <https://doi.org/10.24256/ideas.v11i2.4236>
- S. Pohan, P. M. (2023). Fenomena *Flexing* di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Susanti, D., & Hantoro, P. D. (2022). *Indonesian Netizens’ Digital Self and Identity Creation on Social Media*. *Komunikator*, 14(2), 104–113. <https://doi.org/10.18196/jkm.16541>
- Zhao, Y., Lu, J., Woodcock, S., & Ren, Y. (2022). *Social Media Web 2.0 Tools Adoption in Language and Literacy Development in Early Years: A Scoping Review*. *Children*, 9(12). <https://doi.org/10.3390/children9121901>