



FLEXING SEBAGAI HABITUS: ANALISIS PRAKTIK SOSIAL PEREMPUAN BUGIS DI KECAMATAN MARITENGNGAE, KABUPATEN SIDRAP

Aisyah Yulindasari¹, Buchari Mengge², Ridwan Syam^{3*}

^{1,2,3}Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia
Email: ridwansyam@unhas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian kualitatif ini mengkaji praktik sosial flexing perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap yang bertujuan untuk mengungkap cara perempuan Bugis melakukan praktik sosial flexing dan dampak sosialnya. Penelitian dilakukan selama 4 bulan dengan mengumpulkan data melalui wawancara semi terstruktur dan menganalisis data dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan praktik sosial flexing perempuan Bugis di Sidrap dipengaruhi faktor budaya, keluarga, keinginan meningkatkan penampilan, menunjukkan status sosial, dan mengikuti tren. Temuan mengungkapkan praktik sosial flexing telah menjadi bagian dari habitus masyarakat Sidrap dengan memanfaatkan modal ekonomi, sosial, dan simbolik untuk meraih status sosial, serta berdampak pada perubahan nilai, norma, gaya hidup, identitas individu, persepsi masyarakat, dan ketimpangan sosial. Penelitian ini penting untuk memahami praktik sosial flexing perempuan Bugis di Sidrap yang kompleks dan erat kaitannya dengan faktor sosial-budaya, meskipun memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah dan metode kualitatif, sehingga disarankan perluasan cakupan dan pendekatan metodologis untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Praktik Sosial *Flexing*, Perempuan Bugis, Habitus, Modal

ABSTRACT

This qualitative research examines the social practice of flexing among Buginese women in Maritengngae District, Sidrap Regency, aiming to uncover how Buginese women engage in the social practice of flexing and its social impacts. The research was conducted over 4 months, collecting data through semi-structured interviews and analyzing data using data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that the social practice of flexing among Buginese women in Sidrap is influenced by cultural factors, family, desire to enhance appearance, display social status, and follow trends. The findings reveal that the social practice of flexing has become part of the habitus of the Sidrap community by utilizing economic, social, and symbolic capital to achieve social status, and it impacts changes in values, norms, lifestyle, individual identity, community perception, and social inequality. This research is essential to understand the complex social practice of flexing among Buginese women in Sidrap, which is closely related to socio-cultural factors, despite limitations in the scope of the area and qualitative methods. Therefore, it is recommended to

expand the scope and methodological approaches for further research to gain a more comprehensive understanding.

Keywords: Social Practice of Flexing, Buginese Women, Habitus, Capital

A. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern membuat arus globalisasi menjadi sangat cepat dan dapat berpengaruh dalam realitas kehidupan masyarakat di zaman milenium ini. Era globalisasi yang merupakan proses perkembangan peradaban yang semakin terlihat pergerakannya yang terdiri dari tiga dimensi dalam kehidupan manusia yang antara lain; ekonomi, politik dan termasuk juga kebudayaan. Perubahan sosial yang begitu cepat dan berulang kali terjadi di setiap bagian masyarakat itu sendiri [1].

Seiring dengan perkembangan zaman di desa-desa yang beralih bentuk menjadi perkotaan sehingga mengalami perubahan dari bentuk hingga fungsinya, oleh karena itu, dengan adanya peningkatan kemakmuran maka kemajuan pada perilaku praktik sosial dan gaya hidup ikut mewarnai kehidupan di masyarakat [2]. Perilaku hedonisme seakan telah menjadi sesuatu hal yang lazim di masyarakat yang diperlihatkan dengan cara langsung dan nyata untuk mendapatkan pengakuan kelas sosial [3]. Praktik sosial bukan lagi hal semata dalam pemenuhan kehidupan atau kebudayaan pada benda, tetapi sebagai ajang untuk panggung sosial. Telah membudaya pada masyarakat yang sering mempertontonkan harta yang dimiliki baik dengan secara nyata dan kini menjadi hal biasa melakukan praktik sosial dan menjadi gaya hidup di masyarakat [2]. Kelas-kelas sosial tersebut akan memperlihatkan atau menggambarkan karakteristik terhadap pengonsumsian budayanya [4]. Sebaliknya pada kelas sosial bawah dan menengah juga akan terlihat ciri khasnya dalam konsumsi sehari-hari. Dikarenakan setiap orang memiliki kesanggupan yang berbeda dalam konsumsi, dari hal tersebut terjadilah diferensiasi yang mereka alami sehingga bermunculan sekumpulan individu yang diistilahkan “social climber” yang diartikan tindakan sosial atau perilaku praktik sosial yang dilakukan seseorang agar status sosialnya meningkat [5].

Perilaku praktik sosial dan style hidup pada remaja yang kelas menengah dapat terlihat dari pergaulan, pilihan konsumsi dan komunikasi yang merupakan cerminan hasil dari pendidikan dilakukan oleh keluarga, sekolah dan lingkungan masyarakat [6]. Hal tersebut didukung oleh [7] yang menyampaikan bahwa sebagai kelas menengah, pekerja bisa diidentifikasi melalui tingkat pendidikan, pendapatan, pengeluaran, jenis pekerjaan, hingga pola konsumsi dan juga perilaku dalam praktik sosial yang dilakukan.

Terdapat tiga jenis tindakan yang mempengaruhi kelas menengah pekerja dalam memutuskan untuk mengonsumsi apa yang diinginkannya, di antaranya adalah tindakan rasional instrumental, tindakan rasional berorientasi nilai, dan tindakan afektif sehingga muncul sebuah kebanggaan tersendiri karena telah bergabung dan menjadi anggota di dalam kelompok sosialita meskipun di kelas menengah [8]. Dengan demikian praktik sosial pada gaya dalam kehidupan dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk menunjukkan kelas sosial sehingga salah satunya adalah dengan melakukan dengan cara flexing .

Istilah flexing biasa digunakan untuk orang-orang yang sering memamerkan harta kekayaan yang dimiliki. Saat ini, flexing banyak disebut dengan istilah bahasa Inggris yaitu flexing. Flexing dapat terjadi dengan berbagai

hal, mulai dari adanya tekanan sosial yang begitu tinggi, merasa rendah diri, adanya masalah kepribadian, sehingga selalu mencari perhatian orang-orang yang di sekitar. Kebiasaan flexing bisa saja menimbulkan berbagai hal yang berdampak negatif bagi individu dan bahkan bagi orang lain. Oleh karena itu menurut [3] menyimpulkan bahwa flexing sering dianggap pembohongan karena apa yang ditampilkan oleh pelaku tidak benar-benar sesuai dengan kenyataan. Begitu pula menurut [9] bahwa flexing dilakukan ketika seseorang memiliki rasa tidak percaya diri terhadap dirinya sendiri, oleh karena flexing cenderung memiliki kecerdasan emosional; kesadaran, empati, pengaturan diri, dan keterampilan sosial yang rendah [9]. Perilaku flexing dilakukan oleh orang-orang yang ingin diakui status sosialnya tinggi. Ini tidak hanya dilakukan oleh kelas atas tetapi bahkan dilakukan juga oleh kelas menengah dan kelas bawah [10]. Kegiatan pamer kekayaan juga tidak hanya secara langsung, namun melalui media sosial pun masyarakat berlomba-lomba untuk memamerkan barang-barang mewah yang dimilikinya. Flexing merupakan tindakan pamer yang dilakukan secara individual atau kelompok melalui media sosial yang terkadang pelaku flexing sering memamerkan yang melebihi batas, seperti pamer kendaraan dan barang mewah, sampai pamer tindakan yang tidak pantas atau berlawanan dengan moral [11]. Menurut beberapa penelitian, terdapat vlogger, pembuat konten, youtuber, tiktokter, influencer dan lain sebagainya di Indonesia yang menjadikan aksi flexing atau pamer sebagai konten di media sosialnya dalam menampilkan status sosialnya. Oleh karena itu, dalam setiap rumah tangga akan merasa sehat secara ekonomi ketika mereka mampu dan bersedia menunjukkan status sosial dan melakukan flexing yang lebih tinggi melalui konsumsi berlebihan [12].

Flexing ini menjadi fenomena yang semakin marak terjadi, begitu adanya di media sosial praktek sosial flexing semakin meningkat, sehingga terjadi aktivitas masyarakat berlomba-berlomba untuk dapat memamerkan harta kekayaan yang dimiliki. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan posisi sosial dan status sosial, menunjukkan pada kemampuannya dan untuk melahirkan kesan bagi orang lain [13]. Perilaku atau tindakan flexing berbalikan dengan orang yang memang kaya secara sungguhan. Orang kaya sungguhan tidak ingin dirinya menjadi pusat perhatian [2]. Orang kaya sejati tidak pernah memamerkan kekayaannya, sehingga orang yang memamerkan kekayaannya yang berarti tidak benar-benar kaya [9]. Sebenarnya orang yang melakukan flexing dapat dikatakan bukan cerminan dari orang kaya sesungguhnya [14]. Karenanya sebisa mungkin dengan berbagai cara akan dilakukan agar tampil mewah, hingga barang-barang materil yang mewah sebisanya didapatkan agar diminati dengan nilai-nilai status sosial, simbol, dan prestise tertentu [15]. Kebiasaan seseorang dalam melakukan praktik sosial flexing atau menunjukkan kekayaan akan terobsesi untuk melakukan hal tersebut berulang kali demi mendapatkan pujian dan pengakuan status sosial dari masyarakat padahal fakta tersebut mampu dipahami apa yang telah tampak tidak selalu sesuai kenyataan [10]. Menurut [15] bahwa Flexing lebih tertuju kepada cara untuk meningkatkan taraf sosial yang lebih tinggi pada era digital sekarang.

Berbagai perilaku flexing dilakukan oleh orang-orang yang ingin diakui bahwa dirinya termasuk dalam status sosial yang lebih tinggi (social climber). Perilaku praktik sosial flexing ini tidak hanya dilakukan oleh kalangan atas tetapi juga oleh kalangan menengah dan bawah. Oleh karena perilaku flexing dan personal branding yang sebenarnya akan mempengaruhi perilaku-perilaku

mereka dalam kehidupan sehari-hari [16]. Perilaku yang selalu menampilkan citra diri secara personal, ke dirian, keunikan, atau image di hadapan kelompok-kelompok sosial sering kali menyebabkan masyarakat terbelenggu dalam pusaran gaya hidup flexing yang seolah tak pernah putus [17].

Budaya flexing menjadi hal biasa dan sudah membudaya di berbagai daerah di seluruh Indonesia, khususnya di Provinsi Sulawesi Selatan dan kebanyakan dari kalangan suku Bugis yang ada di setiap Kabupaten, dan salah satunya adalah di Kabupaten Sidrap. Praktik sosial flexing tersebut dapat membentuk identitas individu dan kelompok, serta dapat menunjukkan status sosial dan juga mengkomunikasikan nilai-nilai yang mereka miliki. Meski masih banyak masyarakat yang hidup dalam kondisi kurang mampu, namun perempuan-perempuan tersebut terlihat aktif melakukan praktik sosial flexing untuk memenuhi gaya dalam kehidupan dengan tujuan meningkatkan status sosialnya. Menurut [18] menyampaikan bahwa flexing dilakukan untuk menunjukkan kemampuan serta kelas sosial melalui gaya hidup meskipun tidak sesuai yang sebenarnya. Mereka berusaha tampil kaya, sejahtera, mewah, dan mendapat pengakuan di masyarakat.

Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai praktik sosial flexing perempuan Bugis yang ada di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Perempuan Bugis di Sidrap pada umumnya memilih untuk memamerkan dan melakukan praktik sosial flexing , baik melalui media sosial maupun secara langsung. Melakukan praktik sosial flexing dapat mempengaruhi gaya hidup dalam kehidupan dan terhadap sikap dan keterikatan emosional pada merek-merek yang mewah dan mengekspresikan dalam berbagai gaya hidup [19]. Oleh karena itu pelaku flexing dilakukan oleh orang-orang yang ingin diakui bahwa dirinya termasuk dalam status sosial yang lebih tinggi (social climber) yang tidak hanya dilakukan oleh kalangan atas tetapi juga oleh kalangan menengah ke bawah dan mereka melakukan apa saja untuk memenuhi tuntutan gaya hidup yang up-to-date [20]. Untuk itu Fenomena atau praktik-praktik sosial flexing tersebut pada gilirannya menimbulkan efek yang kurang baik terhadap yang lain, sebagaimana definisi di atas, bahwa flexing merupakan perilaku yang kemudian membuat orang lain tidak senang, cemburu, merasa superior/inferior, dan bertentangan dengan nilai [11].

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah membahas dan mengkaji fenomena-fenomena praktik sosial “flexing ”. Namun sampai saat ini belum ada penelitian yang secara khusus berfokus pada praktik sosial flexing yang dilakukan oleh etnis tertentu yaitu etnik Bugis di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan yang dimulai pada bulan September sampai dengan bulan Desember 2023. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Lokasi penelitian dipilih terkait dengan praktik sosial flexing oleh perempuan Bugis di wilayah ini dan sebagian besar perempuan Bugis suka memamerkan, mempertunjukkan apa-apa yang mereka miliki ketika pergi ke acara/pesta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang artinya metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme dan digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami [21]. Adapun strategi yang digunakan dalam penelitian adalah fenomenologi dengan maksud menggambarkan fenomena dengan strategi-

strategi utamanya terkait dengan praktik sosial flexing perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

Data dikumpulkan melalui teknik wawancara semi terstruktur. Peneliti membuat garis besar pokok-pokok pembicaraan, tetapi dalam pelaksanaannya peneliti mengajukan pertanyaan secara bebas tetapi terkait praktik sosial flexing perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan [22]. Wawancara dilakukan langsung dengan perempuan-perempuan Bugis yang senang melakukan praktik sosial flexing di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Begitu pula informan yang telah dipilih untuk mendapatkan data sebagai data pendukung dengan memilih informan tokoh masyarakat yang dipilih. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan [23].

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Sosial Flexing Perempuan Bugis

1. Habitus

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dan tokoh masyarakat, terlihat bahwa praktik sosial flexing, khususnya dalam menggunakan perhiasan emas, telah menjadi kebiasaan dan trend yang umum di kalangan perempuan Bugis. Sama halnya penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Fatkhullah, menyampaikan bahwa istri nelayan Pulau Messah senang melakukan praktik flexing dengan menunjukkan apa yang dimilikinya seperti emas perhiasan, pernak-pernik, pakaian perabotan dan apa pun yang bisa diperlihatkan dan dipertontonkan untuk menambah nilai dalam dirinya dan merasa bisa membedakan diri dengan yang lain [24]. Hal ini mencerminkan relevansi teori habitus Pierre Bourdieu, dimana habitus merujuk pada pola perilaku dan pengetahuan yang terinternalisasi dalam diri individu sebagai hasil dari pengalaman sosialnya. Dalam konteks ini, praktik sosial flexing menjadi bagian dari habitus sosial masyarakat, dimana norma dan nilai yang berkaitan dengan status dan kekayaan tercermin dari penggunaan perhiasan yang mencolok. Selanjutnya terkait dengan artikel [25] yang berjudul "Factors Affecting Consumer Buying Behaviour towards Gold Jewellery" menyatakan bahwa perilaku pembeli dan pelanggan yang khususnya dalam hal perhiasan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor dan yang paling penting dengan faktor yang teridentifikasi beberapa dimensi yang antara lain; dimensi tempat, dimensi produk, dimensi promosi, dimensi finansial, dimensi individu, dimensi sosial dan jaminan kualitas serta desain perhiasan dari pelanggan yang saat ini sudah sangat terinformasi dan memiliki harapan yang berubah-ubah. Dimensi individu dan sosial terkait dengan perhiasan adalah produk konsumsi yang mencolok, olehnya itu dimensi sosial mempengaruhi perilaku pembeli karena nilai mencolok dan prestise (gengsi). Selain itu, praktik sosial flexing yang umum terjadi di setiap acara pernikahan menunjukkan bahwa praktik tersebut telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat, yang sejalan dengan konsep habitus yang merujuk pada pembentukan pola perilaku kolektif dalam masyarakat.

2. Modal ekonomi

Berdasarkan penjelasan dari para informan, peneliti menemukan bahwa praktik sosial flexing yang terjadi di Kabupaten Sidrap, khususnya di Kecamatan Maritengngae disebabkan oleh habitus masyarakat yang meyakini bahwa budaya memamerkan emas dan barang-barang bermerek dapat meningkatkan status sosial mereka sebagai perempuan Bugis. Perilaku yang lahir dalam sebuah konsep sosial dimana terdapat kelompok orang-orang kaya yang mencoba mengakomodasi hasrat mereka akan penghargaan sosial dan status sosial. Disambung oleh [4] bahwa hal tersebut dapat diwujudkan melalui konsumsi barang mencolok yang ditandai perilaku imitatif dan emulatif di antara aktor yang terlibat di dalamnya dan kemudian meluas serta berdampak secara sosial dimana mempengaruhi perilaku strata yang lebih rendah. Hal ini dibuktikan dengan kebiasaan perempuan Bugis-Sidrap yang menggunakan uangnya untuk membeli emas dan barang bermerek serta sering meminjam barang terutama pada acara pesta seperti pernikahan dengan tujuan untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa dirinya memiliki banyak barang mewah dan emas sehingga diakui status sosialnya. Berhubungan dengan jurnal dari [10] bahwa seringnya seseorang melakukan flexing di dalam sosial media, akan menimbulkan dampak negatif bagi dirinya; dengan berbagai cara dilakukannya meskipun di luar kemampuannya memenuhi gaya hidup seperti orang kaya, sampai melakukan pinjaman atau berhutang demi untuk melakukan flexing tetapi yang menjadi masalah ketika tidak sanggup untuk membayarnya. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh [26] hasil penelitiannya serupa dengan hal di atas bahwa konsumen yang mencolok dipengaruhi oleh tampilan status sosial, selain itu, dari kedua budaya tersebut, konsumen percaya bahwa status sosial mereka dapat mempengaruhi citra diri mereka, yang pada gilirannya, mendorong mereka untuk menunjukkan perilaku yang mencolok. Akan tetapi, konsumsi yang mencolok ditemukan lebih tinggi dalam budaya individualis daripada budaya konsumtif dan status sosial ditemukan memainkan peran penting dalam mempengaruhi harga diri konsumen.

3. Modal sosial

Dalam penelitian ini menemukan bahwa selain modal ekonomi, status sosial dalam masyarakat juga dapat diraih melalui modal sosial, yaitu relasi dan koneksi, namun relasi tersebut cenderung pada anggota keluarga atau teman dekat. Hal ini terlihat dari cara informan memanfaatkan pengaruhnya terhadap keluarga atau kerabat dan teman dekat, untuk mendapatkan dukungan atas barang-barang yang diinginkan seperti emas dan barang-barang bermerek. Dengan demikian, hubungan interpersonal yang kuat di dalam lingkungan sosial terdekat, seperti keluarga dan teman, memainkan peran penting dalam memperoleh dan mempertahankan status sosial dalam masyarakat Bugis-Sidrap.

4. Modal budaya

Berdasarkan penjelasan informan, dapat diketahui bahwa modal budaya dalam bentuk pendidikan dan kompetensi tidak terlalu diakui oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari informan yang diwawancara. Di sini, peneliti melihat bahwa kemampuan masyarakat Bugis-Sidrap dalam menempuh pendidikan tinggi tidak secara otomatis mengangkat status sosial mereka dalam masyarakat Bugis-Sidrap. Hal ini dikarenakan masyarakat Bugis-Sidrap percaya

bahwa hanya dengan kekuatan ekonomi yang baik, status sosial mereka dapat lebih diperhitungkan dalam masyarakat. Hal senada diungkapkan oleh [27] bahwa oleh karena dalam hal pendidikan karakter itu sangat memperhatikan tiga dimensi yaitu moral knowing yang berperan untuk memberikan dimensi pengetahuan sehingga dapat menentukan mana yang baik dan mana yang buruk.

5. Modal simbolik

Dari pemaparan para informan, peneliti melihat bahwa modal simbolik berperan penting dalam praktik sosial flexing di kalangan perempuan Bugis-Sidrap. Simbol-simbol tertentu, seperti perhiasan emas dan barang-barang mewah yang sering digunakan dalam masyarakat Bugis-Sidrap, menjadi penting dalam praktik ini. Karena itu, penggunaan perhiasan emas dan barang-barang mewah dianggap sebagai tindakan yang menunjukkan kesuksesan dan kebanggaan bagi mereka yang memiliki, yang kemudian mendorong perempuan Bugis-Sidrap untuk membeli barang-barang tersebut untuk mencapai status sosial. Sama halnya yang disampaikan [28] menyatakan bahwa dalam nilai simbol pada suatu barang atau jasa merupakan representasi dari makna dibalik barang itu sendiri. Kepemilikan barang bermerek atau fashion yang up to date merupakan representasi dari kemampuan finansial yang berlebih dari pemilik. Barang yang mewah menandakan barang tersebut mahal dan membutuhkan nilai tukar yang tinggi. Bagi masyarakat kepemilikan tersebut memiliki simbol status sosial ekonomi. Diperkuat oleh temuan penelitian [29] menunjukkan bahwa semakin senang pelaku flexing dalam memersepsikan kualitas barang mewah atau barang bermerek, maka semakin tinggi pula peminat pembeli untuk menunjukkan status sosialnya. Sejalan dengan penelitian yang diungkapkan oleh [30] bahwa di media sosial flexing dapat dilakukan dengan berbagai cara baik melalui foto maupun melalui video untuk memamerkan misalnya perhiasan, rumah, kendaraan dan barang-barang elektronik. Tujuan pamer antara lain adalah agar dianggap hebat dan memiliki kedudukan lebih sehingga dihormati.

6. Arena/ranah/medan

Penelitian ini mengungkap praktik sosial flexing di kalangan perempuan Bugis-Sidrap, yang terkonsentrasi pada ranah-ranah seperti pesta pernikahan, pesta khataman Al-Qur'an, pesta aqiqah dan acara-acara besar lainnya. Ranah-ranah tersebut menjadi tempat bagi individu untuk menunjukkan habitus dan modalnya. Oleh karena itu praktik flexing tidak hanya dilakukan secara langsung, namun juga melalui media sosial [20]. Dalam ranah-ranah tersebut, perempuan Bugis-Sidrap menggunakan simbol-simbol seperti emas dan gaya berpakaian yang glamor untuk menunjukkan dominasi dan status sosialnya. Pentingnya ranah atau arena dalam praktik sosial flexing menunjukkan bahwa posisi seseorang dalam ranah tersebut terkait dengan jumlah modal yang dimilikinya. Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua perempuan Bugis-Sidrap mempraktikkan flexing dalam kehidupan sehari-hari. Namun hanya dilakukan pada acara pesta tertentu. Dilanjutkan oleh [31] dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa budaya dalam membeli emas itu karena ingin menaikkan status sosial di masyarakat tetapi masih kurang mengikuti gaya hidup tersebut. Namun pada dasarnya mereka membeli emas untuk menunjukkan akan kebutuhan primer dan sekunder yang sudah dipenuhi sehingga masih memiliki anggaran khusus untuk membeli perhiasan emas yang memiliki harga yang relatif tinggi. Pada dasarnya

di pikiran mereka dengan memakai perhiasan emas sedikit banyaknya menimbulkan suatu sensasi psikologis yang menyenangkan dan membanggakan bagi melakukan flexing , hal tersebut dapat merasakan dengan tingkat kebanggaan yang berbeda-beda. Hal ini bisa terjadi karena emas menjadi simbol kemewahan, dan bagi sebagian masyarakat yang berdaya beli tinggi membeli dan mengenakan banyak perhiasan emas merupakan gaya hidup yang melekat dalam kesehariannya.

Dampak Sosial Praktik Sosial Flexing

Praktik sosial perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap, seperti mengenakan perhiasan emas, barang bermerek, dan pakaian mewah pada acara-acara pesta, memiliki dampak yang cukup besar di berbagai aspek yaitu;

1. Dampak Sosial Internal

Pertama, dapat mengubah nilai dan norma masyarakat. Penggunaan barang-barang mewah tersebut bisa mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap nilai dan norma yang berlaku. Kedua, ada perubahan dalam gaya hidup. Perempuan-perempuan yang terlibat dalam praktik sosial flexing mungkin akan mengubah pola konsumsi mereka untuk menekankan pada hal-hal yang lebih terlihat secara fisik dan mewah. Ketiga, identitas individu juga bisa terpengaruh. Dengan menggunakan barang-barang mewah bisa menjadi simbol status sosial dan keberhasilan ekonomi, yang mempengaruhi bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri dan berinteraksi dengan orang lain. Fenomena ini melenturkan atau pamer di media sosial sebenarnya dilakukan seseorang untuk menarik perhatian orang lain atau agar dikenal orang lain. Namun hal ini bisa berdampak buruk karena keinginan untuk terus menarik perhatian akan mempengaruhi kepribadian seseorang. Berdasarkan temuan dari [32] menunjukkan bahwa secara keseluruhan, flexing lebih banyak memberikan pengaruh negatif dan dapat menimbulkan perilaku konsumtif dan hedonisme. Oleh karena penggunaan barang-barang tak lagi dimaknai sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi lebih kepada merek atau simbol untuk menunjukkan gaya hidup dan status sosial. Begitu juga dengan kajian dari [33] mengungkapkan adanya dampak yang ditimbulkan ketika melakukan flexing di media sosial facebook yaitu dampak yang positif yaitu dan dampak negatif, dampak positifnya itu dengan adanya media sosial facebook bisa menyambung silaturahmi dengan teman lama, bisa untuk berdagang secara online dan untuk mendapatkan berbagai informasi. Sedangkan dampak negatif dari media sosial facebook ini yaitu dapat menimbulkan pemborosan uang, lalai akan tanggung jawab sebagai seorang ibu maupun istri dalam rumah tangga serta terjadi perselingkuhan yang menimbulkan perceraian.

2. Dampak Sosial Eksternal

Masyarakat dapat menghubungkan penggunaan barang-barang mewah dengan status sosial dan kesuksesan ekonomi, sehingga mempengaruhi cara seseorang dipandang dan diperlakukan. Pada akhirnya, hal ini dapat menyebabkan kesenjangan sosial yang semakin tampak dan semakin besar. Perempuan yang mampu membeli dan memamerkan barang-barang mewah cenderung lebih berkuasa dan dihormati dibandingkan dengan yang tidak mampu, menciptakan ketegangan sosial di masyarakat. Diperkuat oleh hasil

penemuan riset dari [34] yang mengungkapkan bahwa dengan adanya fenomena flexing dapat memunculkan sifat riya dan pamer harta yang tentunya sifat riya itu tidak dianjurkan terhadap umat Islam oleh karena berdampak negatif bagi diri sendiri dan bagi orang lain. Sebagaimana diketahui bahwa riya itu merupakan sifat tercela yang membawa orang ke neraka, selain itu menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, seperti sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, persepsi, kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, aktivitas, minat, pandangan tentang diri sendiri dan orang lain, serta karakter fundamental. Semua faktor ini berdampak pada bagaimana seseorang hidup dan berperilaku, termasuk juga ketika flexing di media sosial.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa; praktik sosial flexing oleh perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap memiliki akar yang kompleks dan erat kaitannya dengan faktor budaya, keluarga, keinginan untuk meningkatkan penampilan, menunjukkan status sosial, dan mengikuti trend. Faktor psikologis seperti rasa tidak nyaman jika tidak bergaya juga dapat mendorong praktik sosial flexing ini. Kebiasaan ini telah menjadi bagian dari habitus masyarakat Sidrap. Perempuan-perempuan Bugis menggunakan uang mereka untuk membeli emas dan barang-barang bermerek dan mendapatkan dukungan dari anggota keluarga dan teman dekat saat melakukan praktik sosial flexing ini. Kekuatan ekonomi diyakini sebagai penentu utama status sosial dalam masyarakat Bugis. Simbol-simbol tertentu seperti perhiasan emas dan barang mewah menjadi penting dalam praktik ini. Praktik sosial flexing perempuan Bugis terkonsentrasi pada acara-acara pesta terutama ketika ada acara pesta pernikahan. Praktik sosial flexing ini tentu memiliki dampak yang signifikan, baik dampak sosial internal maupun eksternal. Dampak sosial internal antara lain perubahan nilai dan norma masyarakat, perubahan gaya hidup, dan pengaruh terhadap identitas individu. Sedangkan dampak sosial eksternal meliputi perubahan persepsi masyarakat dan terjadinya ketimpangan sosial.

Keterbatasan penelitian ini adalah fokusnya yang terbatas pada perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan metode kualitatif, yang mungkin tidak dapat memberikan gambaran lengkap tentang fenomena flexing secara keseluruhan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan demografis penelitian, serta menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam, termasuk metode kuantitatif, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik sosial flexing di kalangan perempuan Bugis dan masyarakat Indonesia secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Goa, "Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat," *SAPA-Jurnal Kateketik dan Pastoral*, vol. 2, no. 2, 2017.
- [2] I. Defianti, "Fenomena Flexing, Pamer Harta demi Eksistensi," 2022.
- [3] N. Khayati, D. Apriliyanti, V. Nastacia Sudiana, A. Setiawan, and D. Pramono, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural," *Khayati, N.*

- dkk. 2022. "Fenomena Flexing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan KajiJurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan," vol. 9, no. 2, 2022.
- [4] I. S. Bakti, A. Anismar, and K. Amin, "Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen," *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, vol. 14, no. 1, pp. 81–98, 2020.
 - [5] F. Nur Azizah and E. Sri Indrawati, "Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro," *Jurnal Empati*, vol. 4, no. 4, pp. 156–162, 2015.
 - [6] R. B. Wahyuni, E. Soesilowati, and E. Banowati, "Gaya Hidup Remaja Kelas Menengah Kota Pekalongan," *JESS (Journal of Educational Social Studies)*, vol. 5, no. 2, pp. 97–103, 2016.
 - [7] H. Suhada and H. Pembudi, "Tindakan Rasional Kelas Menengah Pekerja Mengkonsumsi Kopi Di Starbucks Graha Pena Kota Surabaya," *Journal Of Sociological Studies (Paradigma)*, vol. 11, no. 1, 2022.
 - [8] PURNAMASARI, "I. Arisan Thalia: Gaya Hidup Para Sosialita Jember (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)," Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jember, 2019.
 - [9] D. Aeni, B. Busro, and H. Fikra, "Analysis of the Flexing Phenomenon in Social Media from a Hadith Perspective with a Psychological Approach," *Syaikhuna: Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*, vol. 14, no. 1, 2023, doi: 10.58223/syaikhuna.v14i1.6476.
 - [10] N. Khayati, D. Apriliyanti, V. Nastacia Sudiana, A. Setiawan, and D. Pramono, "Fenomena flexing di media sosial sebagai ajang pengakuan kelas sosial dengan kajian teori fungsionalisme struktural," *Jurnal Sosialisasi*, vol. 9, no. 6, 2022.
 - [11] H. Fitra Raharja, T. Marhaeni Pudji Astuti, H. Tri Atmaja, P. Lestari, and E. Handoyo, "Peran Pendidikan Karakter untuk Menghadapi Tren Flexing di Era Teknologi," 2023. [Online]. Available: <http://pps.unnes.ac.id/pps2/prodi/prosiding-pascasarjana-unnes>
 - [12] S. Jaikumar, R. Singh, and A. Sarin, "'I show off, so I am well off': Subjective economic well-being and conspicuous consumption in an emerging economy," *J Bus Res*, vol. 86, pp. 386–393, May 2018, doi: 10.1016/j.jbusres.2017.05.027.
 - [13] W. Darmalaksana, "Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial," *Gunung Djati Conference Series*, vol. 8, 2022.
 - [14] T. Setyo Nugroho, "Persepsi Fenomena Flexing Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya," SURABAYA, 2022.
 - [15] Mahyuddin, "Social Climber Dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer," *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, vol. 2, no. 2, 2017.
 - [16] P. Solikhah, "The effect of flexing and personal branding on social media on the lifestyle of milenial Islamic students in Yogyakarta Indonesia," *NUsantara Islamic Economic Journal*, vol. 2, no. 1, 2023, doi: 10.34001/nuijej.v2i1.567.
 - [17] H. Simamora, "Pamer Kekayaan, itu Dosa?," *MABIS*, vol. 14, no. 1, 2023, [Online]. Available:

- <https://nasional.kompas.com/read/2023/03/21/19403821/bareskrim-tangkap-2-tersangka-kasus-judi>
- [18] N. Fauziah, "Flexing Dalam Masyarakat Tontonan: Dari Tabu Menjadi Sebuah Strategi Flexing In A Spectacle Society: Form Taboo To A Strategy," *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, vol. 04, no. 01, 2023, [Online]. Available: <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- [19] M. Kashani, A. Aslani, M. R. Esfidani, and S. R. S. Javadin, "The Impact of Lifestyle and Attitude Functions on Luxury Goods on Emotional Attachment Towards Luxury Brands," *International Journal of Applied Logistics (IJAL)*, vol. 7, no. 2, pp. 21–40, 2017.
- [20] A. E. H. Susanto, H. Abbas, and A. Purwanto, "Lifestyle: Flexing Behavior in Social Media," *International Journal of Economics (IPEC)*, vol. 2, no. 1, pp. 27–31, 2023.
- [21] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, 2019.
- [22] D. Satori and A. Komariah, "Metodologi Penelitian Kualitatif Alfabeta," *Bandung Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*, vol. 7, no. 2, 2015.
- [23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [24] M. Fatkhullah, F. D. Widasari, and M. A. F. Habib, "Konsumerisme Masyarakat Nelayan: Studi pada Komunitas Istri Nelayan Pulau Messah, Nusa Tenggara Timur," *MADANI Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, vol. 14, no. 03, pp. 453–471, 2022.
- [25] A. Amitabh, "Factors affecting consumer buying behaviour towards gold jewellery," *Int. J. Recent Technol. Eng.(IJRTE)*, vol. 8, no. 3, pp. 8088–8093, 2019.
- [26] N. Souiden, B. M'Saad, and F. Pons, "A cross-cultural analysis of consumers' conspicuous consumption of branded fashion accessories," *J Int Consum Mark*, vol. 23, no. 5, pp. 329–343, 2011.
- [27] H. F. Raharja, T. M. P. Astuti, H. T. Atmaja, P. Lestari, and E. Handoyo, "Peran Pendidikan Karakter Untuk Menghadapi Tren Flexing Di Era Teknologi," in *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 2023, pp. 369–374.
- [28] N. Sastrawati, "Konsumtivisme dan status sosial ekonomi masyarakat," *E-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, pp. 17–26, 2020.
- [29] I. S. Wafi, "PENGARUH NIAT BELI BARANG MEWAH TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PADA GENERASI Z," Mar. 2023, Accessed: Sep. 08, 2024. [Online]. Available: <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/43688>
- [30] A. Mardiah, "Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam," in *Proceeding International Conference on Tradition and Religious Studies*, 2022, pp. 309–319.
- [31] A. Suci, "Faktor-Faktor Prediktor Perilaku Pembelian Emas di Pekanbaru," *Diakses Melalui Website: https://doi.org/10.35446/dayasaing.v2i1*, vol. 45, 2016.
- [32] R. Pakpahan and D. Yoesgiantoro, "Analysis Of The Influence Of Flexing In Social Media On Community Life," *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, vol. 7, no. 1, pp. 173–178, 2023.
- [33] N. Susanti and A. AlFurqan, "Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Akhlak Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kampung Durian Kandang," *AS-SABIQUN*, vol. 4, no. 5, pp. 1362–1374, 2022.

- [34] S. Pohan, P. Munawwarah, J. Susanty, and B. Sinuraya, "Fenomen Flexing di Media Sosial dalam Menaikkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup," *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, vol. 3, no. 2, pp. 490–493, Jun. 2023, doi: 10.47233/JKOMDIS.V3I2.851.