

**SKRIPSI**

**PRAKTIK SOSIAL *FLEXING* PEREMPUAN BUGIS  
KECAMATAN MARITENGGAE KABUPATEN SIDRAP**



**AISYAH YULINDASARI  
E031201032**



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**PRAKTIK SOSIAL *FLEXING* PEREMPUAN BUGIS  
KECAMATAN MARITENGGAE KABUPATEN SIDRAP**

**AISYAH YULINDASARI  
E031201032**



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**HALAMAN PENGAJUAN**  
**PRAKTIK SOSIAL *FLEXING* PEREMPUAN BUGIS**  
**KECAMATAN MARITENGGAE KABUPATEN SIDRAP**

**AISYAH YULINDASARI**  
**E031201032**

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Sosiologi

pada

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**  
**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### PRAKTIK SOSIAL *FLEXING* PEREMPUAN BUGIS KECAMATAN MARITENGGAE KABUPATEN SIDRAP

AISYAH YULINDASARI  
E031201032

Skripsi,

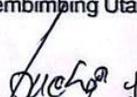
telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Sosiologi pada  
20 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan  
pada

Departemen Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin  
Makassar

Mengesahkan:

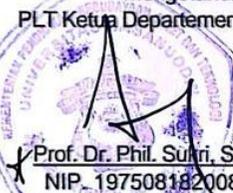
Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

  
Dr. Buchari Mengge, M.A.  
NIP. 196905292003121002

  
Ridwan Syam, S.Sos, M.Si.  
NIP. 198506122020121004

Mengetahui:  
PLT Ketua Departemen Sosiologi,

  
Prof. Dr. Phil. Sulri, S.IP., M.Si.  
NIP. 197508182008011008



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PERLIMPAHAN HAK CIPTA

iv

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PERLIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi yang berjudul "Praktik Sosial *Flexing* Perempuan Bugis Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Dr. Buchari Mengge, M.A dan Ridwan Syam, S.Sos, M.Si. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin Makassar.

Makassar, 20 Juni 2024

Aisyah Yulundasari  
E031201032

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Bismillahirrahmanirrahim...*

Alhamdulillah puji syukur penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Rasa haru dan bahagia atas terselesaikannya skripsi ini yang berjudul “**Praktik Sosial Flexing Perempuan Bugis Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh penyelesaian gelar sarjana pada program Strata Satu (S1) Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua, khususnya kepada Ibunda tercinta **Dr. Hj. Kasmawati Abbas, S.Pd., M.Pd.** Beliau adalah sosok yang tangguh dan penyayang yang telah berperan sendirian mendampingi penulis dan menjadi sumber kekuatan serta menjadi penyemangat terbesar penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada beliau yang hebat atas segala perjuangan yang diberikan, doa-doa yang selalu dipanjatkan, kasih sayang, perhatian yang tak terhingga, dukungan, motivasi, serta dorongan moril maupun materi. Semoga selalu diberi kesehatan dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Aamiin...

Penulis sadari bahwasanya dalam pengerjaan penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai kendala dan hambatan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Bapak Dr. Buchari Mengge, M.A.**, selaku dosen pembimbing I dan **Bapak Ridwan Syam, S.Sos, M.Si.** selaku dosen pembimbing II yang begitu tulus dan ikhlas telah banyak membantu, mengarahkan, meluangkan waktu dan pikirannya dalam membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Begitupula kepada **Bapak Prof. Dr. H. Suparman Abdullah, M. Si** dan **Ibu Atma Ras, S.Sos., M.A** selaku dosen penguji. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu mengevaluasi penulis, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, Aamiin...

Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada **Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.sc** sebagai rektor Universitas Hasanuddin Makassar, **Bapak Dr. Phil Sukri, M.Si** sebagai dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unhas beserta jajarannya, **Bapak Prof. Hasbi Marissangan, M.Si., Ph.D** sebagai Kepala Departemen Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin beserta jajarannya. Terima kasih atas segala kebaikan yang diberikan. Semua Staf Dosen Pengajar Departemen Sosiologi FISIP UNHAS atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh studi di Departemen Sosiologi UNHAS. Seluruh Staf Karyawan di FISIP UNHAS dan Departemen Sosiologi, dan terkhusus kepada **Ibu Rosnaeni, S.E** dan **Pak Hidayat, Si.P** terima kasih telah banyak membantu dalam segala hal pengurusan di akademik dan ikhlas melayani disetiap kebutuhan selama perkuliahan hingga selesai penyusunan skripsi ini. Kepada Pemerintah yang terkait di Kabupaten Sidrap yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk dapat melaksanakan penelitian mengenai praktik sosial *Flexing* yang dilakukan oleh Perempuan Bugis yang ada di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Terima

kasih atas bantuan dan dukungan kepada semua keluarga selama penulis menjalankan penelitian di lingkungan yang telah dipilih. Tak lupa pula kepada Om dan Tante Penulis yaitu; **Hj. Asmiati** dan **H. Ibrahim, H. Jamal** dan **Hj. Kristina** serta **H. Ahmadi** yang telah menerima peneliti, motivasi dan doa, dorongan dan dukungan untuk selalu giat menyelesaikan skripsi serta berbagai bantuan yang diberikan disaat penulis melaksanakan penelitian di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. Semoga semuanya senantiasa dilindungi dan oleh Allah SWT, Aamiin. Kepada semua keluarga, baik kakak sepupu maupun adik sepupu yang turut memberikan dukungan dan doa pada peneliti. Terima kasih atas semuanya. Kepada teman-teman seperjuangan, seangkatan Tahun 2020 di Program Studi Sosiologi. Terima kasih atas kebaikannya selama proses perkuliahan di FISIP (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) Unhas. Kepada kakak angkatan **A. Erasiah Bugi Amandari** telah membantu, memberikan masukan, dan motivasi penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas dukungannya. Kepada teman terdekatku dan spesial **Ikrar Muhammad Bintang** yang setia menemani, membantu dalam segala hal. Terima kasih telah ikhlas meluangkan waktu, tenaga untuk kebersamaan penulis dalam pengurusan berbagai hal utamanya dalam penyelesaian skripsi ini, memberikan dukungan, menjadi penyemangat, support tak henti-hentinya, memberikan banyak tips penulisan serta yang paling setia antar jemput penulis. Kepada sahabat-sahabatku sesama Alumni di sekolah SMAN 21 Makassar, **Jehan Syadhika A, Ivana Ameylia L, Yulfikasari Linggi B, Afika Nur Aprilia** dan **Tiara**. Terima kasih dukungan dan doanya. Kepada teman-teman KKN Tematik Angkatan 109 Unhas yang sama-sama menjalankan penelitian yang berlokasi di kantor BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Pangkep. Terima kasih sudah menjadi teman berbagi suka dan duka di lokasi KKN Kabupaten Pangkep. Kepada para informan terpilih di Kabupaten Sidrap khususnya di Kecamatan Maritengngae yang telah meluangkan waktunya dan turut membantu penulis selama melakukan penelitian dan memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan dan bermanfaat hingga terselesaikannya skripsi ini. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, baik di dalam lingkup kampus maupun di luar lingkup kampus yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis sendiri menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan karena keterbatasan pengetahuan penulis dan sebagai manusia biasa tentu tidak luput dari kekhilafan. Namun, penulis yakin bahwa segala kelebihan dan kekurangan dalam skripsi ini memiliki makna yang berharga untuk meningkatkan kualitas hidup. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini dan juga dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya di masa mendatang. Aamiin...

Penulis

Aisyah Yulindasari

## ABSTRAK

AISYAH YULINDASARI. **Praktik Sosial *Flexing* Perempuan Bugis Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap** (dibimbing oleh DR. Buchari Mengge, MA dan Ridwan Syam, S.Sos., M.Si.)

**Latar Belakang.** 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 etnis Bugis di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana perempuan Bugis melakukan praktik sosial *flexing* di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap dan mengetahui dampak status sosial perempuan Bugis yang melakukan praktik sosial *flexing* di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. **Metode.** Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan strategi penelitian menggunakan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* dalam penentuan informan. **Hasil.** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik sosial *flexing* yang dilakukan oleh perempuan Bugis dipengaruhi kelas sosial di mana praktik ini tidak hanya dilakukan oleh perempuan ekonomi kelas atas, tetapi juga oleh perempuan ekonomi kelas menengah ke bawah. *Flexing* sebagai budaya Bugis; praktik sosial *flexing* merupakan bagian penting dari budaya dan tradisi masyarakat Bugis, di mana penggunaan perhiasan emas dan barang-barang mewah menjadi simbol status dan keberhasilan sosial. Motivasi perempuan Bugis; perempuan Bugis terlibat dalam praktik *flexing* sebagai upaya untuk menunjukkan status sosial, mendapatkan pengakuan dari orang lain, dan meningkatkan rasa percaya diri. **Kesimpulan.** sebagai kesimpulan Praktik sosial *flexing* yang dilakukan oleh perempuan Bugis telah menjadi sebuah *habitus* bagi masyarakat suku Bugis untuk memperlihatkan dan meningkatkan status sosial mereka.

Kata Kunci: Praktik Sosial, *Flexing* dan Perempuan Bugis.

## ABSTRACT

AISYAH YULINDASARI. **Social Flexing Practices of Bugis Women in Maritengngae District, Sidrap Regency** (supervised by DR. Buchari Mengge, MA and Ridwan Syam, S.Sos., M.Si.)

**Background.** From several previous researches that have debated and evaluated the social “Flexing” practice phenomena. however for now on there has been no research that accurately focuses on the social “Flexing” practice fulfilled by certain ethnicities, named the Bugis ethnicity in Maritengngae District, Sidrap Regency. **Aim.** This study aims to analyze how Bugis women practice the social flexing in Maritengngae Sub-district, Sidrap Regency and in order to find out the impact of the Bugis women social status who practice social flexing in Maritengngae Sub-district, Sidrap Regency. **Methods.** This research uses qualitative research with descriptive research type and research strategy using phenomenology. This research used purposive sampling and snowball sampling techniques in selecting informants. **Results.** As the results of the research indicates that the social flexing practice carried out by Bugis women is influenced by social class where this practice is not only conducted by upper-class economic women, but also by lower-middle-class economic women. Flexing as Bugis culture; the social flexing practice is a significant part of Bugis culture and tradition, where the use of gold, jewelry and luxury goods as a symbol of social status and success. Bugis women's motivations; Bugis women involve in the practice of flexin as an attempt to showcase social status, achieve recognition from other people and to grow self-confidence. **Conclusion** To sum. The social flexing practice conducted by Bugis women has evolved a habitus for the Bugis society in order to showcase and reinforce their social status.

Keywords: Social Practice, Flexing dan Bugis women

**DAFTAR ISI**

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....   | i    |
| HALAMAN PENGANTAR .....                                      | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                     | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PERLIMPAAHAN HAK CIPTA ..... | iv   |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                                    | v    |
| ABSTRAK.....   | vii  |
| ABSTRACT .....   | viii |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR TABEL.....  | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                     | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                     | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                  | 5    |
| 1.4 Manfaat/Kegunaan Hasil Penelitian.....                   | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR .....             | 7    |
| 2.1 Pengertian <i>Flexing</i> .....                          | 7    |
| 2.2 Faktor-faktor Penyebab Terjadinya <i>Flexing</i> .....   | 8    |
| 2.3 Perempuan Bugis .....                                    | 9    |
| 2.4 Teori Pierre Bourdieu .....                              | 11   |
| 2.5 Kelas Sosial.....  | 13   |
| 2.6 Penelitian Sebelumnya .....                              | 14   |

|  |    |
|--|----|
|  | x  |
| 2.7 Kerangka Pikir .....                     | 19 |
| 2.8 Definisi Konseptual .....                | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....              | 23 |
| 3.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian ..... | 23 |
| 3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian .....        | 23 |
| 3.3 Teknik Penentuan Informan.....           | 25 |
| 3.4 Sumber Data Penelitian.....              | 26 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....            | 27 |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....               | 29 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....            | 31 |
| 4.1 Hasil.....                               | 31 |
| 4.2 Pembahasan .....                         | 64 |
| BAB V PENUTUP .....                          | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         | 79 |
| LAMPIRAN .....                               | 83 |

**DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....                                     | 14 |
| Tabel 3.1 Jadwal Tahapan Penelitian.....                                  | 24 |
| Tabel 4.1 Daftar Informan Penelitian .....                                | 37 |
| Tabel 4.2 Matriks Rangkuman Informasi Terkait Pratik <i>Flexing</i> ..... | 55 |

**DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....                      | 20 |
| Gambar 4.1 Foto Penggunaan Modal .....               | 46 |
| Gambar 4.2 Foto Kelompok Sosial.....                 | 49 |
| Gambar 4.3 Foto Arena Pernikahan.....                | 52 |
| Gambar 4.4 Bagan Praktik sosial <i>Flexing</i> ..... | 68 |
| Gambar 4.5 Bagan Dampak sosial <i>Flexing</i> .....  | 69 |
| Gambar 6.1 Wawancara Informan HSM.....               | 91 |
| Gambar 6.2 Wawancara Informan VN.....                | 91 |
| Gambar 6.3 Wawancara Informan HMN .....              | 91 |
| Gambar 6.4 Wawancara Informan HST .....              | 91 |
| Gambar 6.5 Wawancara Informan HJR.....               | 92 |
| Gambar 6.6 Wawancara Informan HNA .....              | 92 |
| Gambar 6.7 Wawancara Informan HJZ.....               | 92 |
| Gambar 6.8 Wawancara Informan KRM.....               | 92 |
| Gambar 6.9 Wawancara Informan IW .....               | 93 |
| Gambar 6.10 Wawancara Informan HZ.....               | 93 |
| Gambar 6.11 Wawancara Informan HJF .....             | 93 |
| Gambar 6.12 Wawancara Informan RZ.....               | 93 |
| Gambar 6.13 Wawancara Informan HR .....              | 94 |
| Gambar 6.14 Wawancara Informan HSK .....             | 94 |
| Gambar 6.15 Wawancara Informan NSR .....             | 94 |

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman yang modern ini telah mempercepat arus globalisasi, yang secara langsung dapat mempengaruhi realita hidup masyarakat di era milenial 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-kebudayaan. Perubahan-perubahan sosial yang begitu cepat dan bahkan berulang kali terjadi pada setiap bagian masyarakat itu sendiri (Goa, 2017).

Seiring dengan perkembangan zaman yang membawa perubahan pada desa-desa yang berubah bentuk menjadi perkotaan sehingga mengalami perubahan dari segi tata ruang dan kegunaannya, oleh karena itu, dengan adanya peningkatan kemakmuran maka kemajuan pada perilaku praktik sosial dan gaya hidup dapat mempengaruhi pada kehidupan di masyarakat (Defianti, 2022). Perilaku hedonisme semakin umum terlihat di masyarakat, yang dimana orang secara terang-terangan terbuka langsung dan mengejar pengakuan sosial yang diinginkan (Khayati *et. al.*, 2022). Praktik sosial bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan hidup dan kebudayaan, tetapi juga sebagai tempat dimana hubungan sosial terbentuk. 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 (Defianti, 2022). Kelas-kelas sosial tersebut akan memperlihatkan atau menggambarkan karakteristik terhadap pengkonsumsian budayanya (Bakti S. *et. al.*, 2020). Dilain sisi pada kelas sosial menengah dan bawah juga akan menunjukkan kekhasannya dalam pola konsumsi keseharian, oleh karena setiap orang mempunyai kemampuan yang berbeda-beda dalam melakukan konsumsi, dengan adanya hal tersebut timbullah diferensiasi yang dirasakannya sehingga sekelompok individu-individu tersebut diistilahkan sebagai "*social climber*" yang dapat diaartikan perilaku-perilaku sosial atau tindakan praktik sosial yang orang bisa lakukan dengan tujuan derajat status soaial semakin tinggi (Azizah N & Indrawati S., 2015).

Selanjutnya, terdapat studi yang mengeksplorasi praktik sosial dan perilaku konsumsi yang mempengaruhi kelas menengah untuk memenuhi gaya dalam kehidupannya. Menurut Wahyuni B. *et. al.* (2016) mengungkapkan bahwa perilaku praktik sosial dan *style* hidup pada remaja yang kelas menengah dapat dilihat pada pola pergaulan, pola konsumsi dan pola komunikasi dan cara berintraksi yang merupakan sebuah cerminan dari hasil didikan yang diberikan oleh lingkup dari keluarga mereka dan lingkungan sekolah serta lingkungan masyarakat. Hal tersebut didukung oleh Suhada & Pambudi (2022) yang menyampaikan bahwa sebagai seorang pekerja kelas menengah dapat dibedakan melalui jenjang pendidikan,

penghasilan, jenis pengeluaran dan pekerjaan, gaya konsumsi serta perilaku-perilaku yang dilakukan dalam praktik sosial.

Terdapat tiga bentuk tindakan yang berpengaruh pada pekerja kelas menengah di dalam menentukan untuk mengkonsumsi barang apa yang diinginkannya, antara lain adalah tindakan rasional yang bersifat instrumental, tindakan rasional yang berorientasi kepada nilai, juga tindakan afektif sehingga muncul sebuah kebanggaan tersendiri karena telah bergabung dan menjadi anggota di dalam kelompok sosialita meskipun di kelas menengah (Purnamasari, 2019, Suhada & Pambudi, 2022). Dengan demikian praktik sosial pada gaya hidup dalam kehidupan di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk dapat 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. *Flexing* banyak disebut dengan istilah bahasa Inggris yaitu *flexing*. *Flexing* didefinisikan sebagai memamerkan sesuatu: pamer, atau menampilkan sesuatu yang dimiliki secara mencolok yang menurutnya, konsumsi mencolok merupakan tindakan mengonsumsi barang bukan semata-mata untuk kegunaan utamanya, tetapi untuk menunjukkan kekayaan dan status (Dennis dalam Fatimah & Maulidya P., 2023). Kebanyakan orang melakukan kebohongan tentang pencapaian atau membesar-besarkan apa yang sebenarnya. *Flexing* dapat terjadi dimana saja dan kapan saja, baik itu dilakukan secara langsung maupun dilakukan tidak langsung. *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 disekitar. Kebiasaan *flexing* bisa saja menimbulkan berbagai hal yang berdampak negatif bagi individu dan bahkan bagi orang lain. Oleh karena itu menurut Khayati *et al.* (2022) menyimpulkan bahwa *flexing* sering dianggap pembohongan karena apa yang ditampilkan oleh pelaku tidak benar-benar sesuai dengan kenyataan. Begitu pula menurut Aeni, Busro & Fikra (2023) menyampaikan bahwa *flexing* biasa dilakukan saat individu merasa tidak aman terhadap diri sendiri, oleh karena itu, orang yang melakukan *flexing* biasanya memiliki kesadaran akan empati, kemampuan mengatur diri sendiri, dan keterampilan sosial yang rendah (Aeni *et al.*, 2023). Perilaku *flexing* tidak hanya dilakukan oleh kalangan atas, tetapi juga dilakukan oleh orang-orang dari kalangan menengah dan kalangan bawah yang ingin diakui status sosial mereka (Khayati *et al.*, 2022). Kegiatan pamer kekayaan, selain secara langsung masyarakat berlomba-lomba untuk memamerkan barang-barang mewah yang dimilikinya. *Flexing* merupakan kegiatan memamerkan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok lewat media sosial yang kadangkala para pelakunya sering melakukan pamer yang melampaui batas, misalnya memamerkan kendaraan dan barang-barang mewah sampai tindakan pamer yang tidak sesuai atau bertentangan dengan nilai moral (Raharja F. *et al.*, 2023a). Berdasarkan sejumlah penelitian menunjukkan bahwa banyak *youtuber*, *tiktoker* dan *influencer* dan lainnya di Indonesia yang menggunakan tindakan pamer atau tindakan *flexing* sebagai inti

dari konten mereka di media sosial dalam menampilkan status sosialnya (Darmalaksana dalam Raharja F. *et al.*, 2023). 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 (Jaikumar *et al.*, 2018).

*Flexing* merupakan sebuah fenomena semakin meluas terjadi di dunia media sosial atau praktik sosial *flexing* semakin meningkat, sehingga terjadi aktivitas masyarakat berlomba-lomba untuk dapat memamerkan harta kekayaan yang dimiliki. Hal itu dilakukan maksud untuk menampilkan status sosial dan posisi sosial seseorang, menonjolkan kemampuannya untuk menciptakan kesan pada orang lain (Darmalaksana, 2022). Tindakan *flexing* atau perilaku *flexing* berbeda dengan yang memiliki kekayaan sesungguhnya. Sedangkan orang kaya sesungguhnya tidak senang menjadi sorotan atau perhatian (Defianti, 2022). Orang yang benar-benar kaya tidak perlu memamerkan kekayaan mereka, sehingga seseorang yang berusaha memamerkan kekayaannya yang nyatanya tidak benar-benar kaya (Aeni *et al.*, 2023). Orang yang melakukan *flexing* tidak mencerminkan orang kaya yang sebenarnya (Nugroho S., 2022). Oleh karena itu, mereka akan melakukan segala cara untuk terlihat mewah, termasuk membeli barang untuk memperoleh material yang mahal. Semua itu dilakukan untuk mempertegas status sosial, simbol dan pencapaian (Mahyuddin, 2017). Kebiasaan mereka dalam memamerkan kekayaan seringkali menjadi obsesi, dimana mereka akan malakukannya berulang kali demi mendapatkan sanjungan dan sebuah pengakuan dari masyarakat meskipun kenyataan ini dapat dipahami apa yang tampak tidak selamanya sesuai dengan kenyataan (Khayati *et al.*, 2022, Wardah *et al.*, 2020). Menurut Mahyuddin (2017) bahwa praktik *flexing* ini telah menjadi strategi untuk meningkatkan status sosial di era digital saat ini. Hal tersebut secara tidak langsung telah menjadi fenomena baru yang menarik minat masyarakat dimana praktik *flexing* menjadi efektif secara terus-menerus dimanfaatkan untuk memamerkan kekayaan yang dimiliki dan barang-barang mewah serta barang lainnya untuk mencapai tujuan atau kepentingan pribadi (Mahyuddin, 2017).

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* bukan hanya dilakukan oleh golongan atas tetapi juga oleh golongan bawah dan menengah. Oleh karena perilaku *flexing* dan personal branding yang sebenarnya akan mempengaruhi perilaku-perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari (Solikhah, 2023). Perilaku-perilaku yang selalu menonjolkan citra diri, keunikan, kepribadian bagi individu-individu di depan kelompok sosial tersebut yang dapat membuat masyarakat terjebak dalam lingkaran berbagai gaya hidup dan praktik-praktik *flexing* yang tampaknya tidak akan pernah berakhir (Simamora, 2023).

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 Sidenreng Rappang. Praktik sosial *flexing* tersebut dapat membentuk identitas individu dan kelompok, serta dapat menunjukkan status sosial dan juga mengkomunikasikan nilai-nilai yang mereka miliki. Seperti yang telah diungkapkan oleh Fauziah (2023) bahwa budaya raktik *flexing* itu sudah menjadi hal yang lumrah dan bahkan sudah menjadi strategi untuk pemasaran.

Dengan demikian dapat terlihat bahwa praktik sosial *flexing* ini menimbulkan pertanyaan, terutama jika dilihat di kehidupan sehari-hari banyak masyarakat yang kurang sejahtera justru malah melakukan praktik sosial *flexing* berdasarkan dari data Badan Pusat Statistik (2023) di Kabupaten Sidenreng Rappang, dimana data yang masih tinggi, meskipun angka cenderung meningkat dari tahun ke tahun, fenomena menarik terkait praktik sosial *flexing* muncul di kalangan perempuan Bugis (BPS, 2023). 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 Fauziah (2023) menyampaikan bahwa dengan melakukan *flexing*, seseorang berusaha untuk memperlihatkan kemampuan dan kelas sosial melalui gaya hidupnya meskipun tidak sesuai yang sebenarnya. Mereka terus berusaha tampil kaya, sejahtera, mewah, dan mendapat pengakuan di masyarakat. Namun, tampaknya ada kesenjangan antara praktik sosial *flexing* yang menampilkan kemewahan dan kekayaan di kalangan perempuan-perempuan Bugis dan tingkat status sosial di masyarakat. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan bagaimana sebagian perempuan mampu mempertahankan status sosialnya yang tampil mewah dan eksklusif di tengah kondisi sosial yang masih kurang sejahtera.

Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai praktik sosial *flexing* perempuan-perempuan Bugis yang ada di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang. Perempuan Bugis di Sidenreng Rappang 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 mahal dan mewah dan mengekspresikan dalam berbagai gaya hidup (Kashani *et. al.*, 2017, Solikhah, 2023). Oleh karena itu, pelaku *flexing* dilakukan oleh orang-orang yang ingin diakui bahwa dirinya termasuk dalam status sosial yang lebih tinggi (*social climber*) yang bukan hanya dilakukan oleh kelas atas tetapi juga dilakukan oleh kelas menengah ke bawah dan bahkan mereka melakukan apa saja demi untuk memenuhi tuntutan gaya hidup yang *up-to-date* (Endarwanto *et. al.*, 2023). Aksi *flexing* ini terlihat pada hari-hari tertentu dan acara-acara tertentu, yang ditunjukkan oleh perempuan Bugis di Kabupaten Sidenreng Rappang. Padahal perbuatan pamer dapat juga menimbulkan tekanan sosial bagi masyarakat yang kurang mampu secara ekonomi. Mereka merasa terdorong untuk mengikuti *trend* dan mengenakan pakaian dan aksesoris mahal agar dapat dipandang orang berada (Endarwanto *et. al.*, 2023). Untuk itu Fenomena atau praktik sosial *flexing* pada akhirnya membawa dampak

negatif bagi individu lain sebagaimana dijelaskan di atas, bahwa *flexing* adalah tindakan yang dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman, cemburu, merasa lebih baik atau lebih rendah dari orang lain dan yang bertentangan dengan nilai-nilai tertentu (Fitra Raharja *et al.*, 2023). Oleh karena itu praktik sosial *flexing* dapat menciptakan dampak negatif secara kolektif dan dapat dianggap sebagai masalah sosial (Fitra Raharja *et al.*, 2023).

Sebelumnya peneliti melakukan pengamatan awal yang menemukan beberapa hal terkait fenomena "*flexing*" di media sosial yang sudah ada sejak lama dan berkembang menjadi ajang pamer kekayaan dan prestasi individu. Praktik *flexing* sebagai fenomena sosial yang mampu meningkatkan popularitas individu. Media sosial menjadi platform penting bagi seseorang di era digital saat ini. "*Flexing*" adalah praktik sosial yang memperlihatkan kekayaan, gaya hidup yang mewah, dan pencapaian di dunia maya termasuk di platform seperti "*youtube*". Tujuan utama dari *flexing* adalah untuk mendapatkan perhatian dan popularitas dari publik. Namun, temuan lain di media sosial juga menunjukkan bahwa praktik *flexing* bisa negatif, seperti dalam kasus penipuan yang sering terjadi dan dalam perdagangan opsi biner yang merugikan korban (Endarwanto *et. al.*, 2023, Pohan *et. al.*, 2023, Rahayu, 2022 dan Yuwita *et. al.*, 2022). 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.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik meneliti tentang "Praktik Sosial *Flexing* Perempuan Bugis di Kabupaten Sidenreng Rappang Khususnya di Kecamatan Maritengngae".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana perempuan Bugis melakukan praktik sosial *flexing* di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap?
- 1.2.2 Bagaimana dampak sosial perempuan Bugis melakukan praktik sosial *flexing* di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini memberikan tujuan sebagai berikut;

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana perempuan Bugis melakukan praktik sosial *flexing* di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.
- 1.3.2 Untuk mengetahui dampak sosial perempuan Bugis dalam melakukan praktik sosial *flexing* di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.

## 1.4 Manfaat/Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

### 1.4.1 Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran *flexing* Bugis yang ada di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap kajian sosiologi sosial budaya dan menjadi tambahan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.
- c. Dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang sosiologi dan juga bisa menambah wawasan, pengetahuan serta referensi terhadap orang-orang referensi terhadap orang-orang khususnya terhadap peneliti dan yang umumnya di kalangan mahasiswa.

### 1.4.2 Secara Praktis

- a. Sebagai bahan acuan bagi mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai data dasar tentang praktik sosial *flexing* , serta memberikan pemahaman kepada seseorang mengenai fenomena praktik sosial *flexing*.
- b. Bagi pemerintah daerah adalah memberikan informasi keadaan Kecamatan Maritengngae dan dapat menjadi dasar dalam mengambil tindakan dan langkah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap fenomena praktik sosial *flexing*.
- c. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran mengenai praktik sosial *flexing*.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

### 2.1 Pengertian *Flexing*

Pada kamus besar Pada kamus Merriam Webster, *flexing* diartikan *to make an ostentatious display of something : show off*, didefinisikan sebagai memamerkan sesuatu: pameran, atau menampilkan sesuatu yang dimiliki secara mencolok. Pembahasan mengenai *flexing* juga dapat dihubungkan dengan teori perilaku Thorstein Veblen, seperti yang dipaparkan dalam karyanya *The Theory of Leisure Class* mendefinisikan *conspicuous consumption*, di mana menurutnya, konsumsi mencolok adalah tindakan mengonsumsi barang bukan semata-mata untuk kegunaan utamanya, melainkan sebagai perilaku untuk menunjukkan kekayaan, status, kelas, atau kegunaan sekunder (Dennis dalam Fatimah & Maulidya Perdana Putri, 2023). Kemudian dilanjut dikutip dari portal berita Akurat.co, bahwa *flexing* sendiri adalah istilah yang digunakan untuk pameran kekayaan, serta dikutip dari *Dictionary.com*, bahwa asal munculnya kata dari bahasa gaul dikalangan ras kulit hitam di Amerika untuk menunjukkan keberanian atau pameran pada tahun 1990 bahwa kata "*flex*" atau "*flexing*" adalah cara seseorang melenturkan otot dengan kata lain untuk menunjukkan seberapa kuat fisik orang tersebut dan seberapa siap orang tersebut untuk bertarung (Nugroho S *et al.*, 2023). Demikian disimpulkan bahwa dalam bahasa gaul dari *flexing* orang yang suka berbohong, serta memiliki banyak kekayaan meskipun realitanya tidak. Dilanjut Nugroho S *et al.* (2023) dalam karyanya mengatakan bahwa orang kaya yang sesungguhnya tidak ingin menjadi pusat perhatian, oleh karena ada sebuah pepatah mengatakan "*poverty screams, but wealth whispers*" bahwa orang kaya-sesungguhnya tidak mau menunjukkan kekayaannya, sementara orang miskin selalu ingin menunjukkan dirinya. Dengan demikian seseorang yang melakukan *flexing* bukan cerminan dari orang kaya yang sesungguhnya, melainkan hanya untuk mendapatkan pengakuan status sosial.

Pembahasan mengenai *flexing* menjadi menarik karena munculnya pro kontra di tengah masyarakat menanggapi fenomena *flexing* atau pameran. Seperti yang diungkapkan oleh (Endarwanto *et. al.*, 2023) bahwa fenomena *flexing* sebenarnya sudah ada sejak lama dan kini berkembang di masyarakat yang kemudian menjadi ajang pameran kekayaan serta sering dianggap sebagai penipuan karena pelaku biasanya tidak menunjukkan realita sebenarnya. Sebagian masyarakat menganggap wajar jika seseorang melakukan *flexing* karena dia berhak untuk melakukan apapun baik pada media sosial maupun di lingkungannya. Terlebih jika ia melakukannya atas pencapaian atau kesuksesan yang telah dicapai. Namun sebagian menilai bahwa *flexing* adalah sebuah bentuk perilaku yang senang pameran atau sombong yang tidak sesuai dengan etika sosial di masyarakat (Nugroho S. *et al.*, 2023). Begitu pula menurut Siagian (2019) bahwa bagi mereka yang melakukan *flexing* atau pameran itu membuat merasa mendapat kepuasan hidup utamanya bertumpu pada hal material, akibatnya mereka pun kerap bersikap pameran

dalam kehidupan sehari-hari maupun di media sosial, dengan tujuan agar mendapatkan sanjungan. Untuk itu dilanjutkan oleh Darmalaksana (2022) menyatakan dalam jurnalnya bahwa perilaku *flexing* dinilai tidak selaras dengan moral dan etika, bahkan dinilai tidak memenuhi syarat etika media sosial. Oleh karena itu menurut Mutmainnah *et.al.* (2023) menyampaikan dalam jurnalnya bahwa perilaku *flexing* atau pamer yang dilakukan tersebut mampu mendorong yang bukan konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan melainkan untuk memuaskan hasrat keinginan yang tidak rasional.

## 2.2 Faktor-faktor Penyebab Terjadinya *Flexing*

Pada dasarnya, manusia sudah lama melakukan *flexing*, seperti yang diamati oleh Veblen Darmalaksana (2022). Perilaku *flexing* di zaman modern, yang disebut demikian dengan munculnya *crazy rich* dan sultan, merupakan hal yang lazim di era teknologi canggih dan platform media sosial yang merajalela. Tampaknya sulit untuk tidak melakukan *flexing* saat ini. Jika dibandingkan dengan fakta yang ada, perilaku *flexing* sering kali bertujuan untuk meningkatkan status sosial seseorang di mata publik. Hal ini merupakan upaya untuk meningkatkan status sosial (Indra dalam Nugroho S. *et al.*, 2023). Terutama di era media sosial yang semakin dominan saat ini, aktualisasi diri, citra diri, dan harga diri menjadi hal yang penting, terutama dilihat dari kekayaan dan kemampuan untuk memiliki barang-barang mewah. Penggunaan media sosial berdampak positif pada citra diri dan dapat membuat individu terlibat dalam conspicuous consumption, meskipun penelitian menunjukkan bahwa harga diri tidak selalu merupakan hubungan langsung antara conspicuous consumption dan penggunaan media sosial (Dennis dalam Darmalaksana, 2022).

Pada mulanya, *flexing* sering digunakan sebagai strategi pemasaran oleh para pembicara dengan menampilkan CV mereka, termasuk pendidikan, prestasi, penghargaan, dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk membangun kepercayaan terhadap kemampuan dan kemampuan pembicara. Namun, belakangan *flexing* sering digunakan sebagai alat untuk berbohong dan menjadi modus penipuan oleh para pelaku kejahatan. (Rizaty *et. al.* Dalam Darmalaksana, 2022). Senada yang disampaikan oleh (Mutmainnah *et.al.* 2023) bahwa *flexing* itu disalahgunakan dalam media sosial dan diambilnya sebagai sarana atau modus dalam melakukan tindak pidana penipuan. Terdapat beberapa faktor yang mendorong seseorang melakukan *flexing* dikemukakan oleh Darmalaksana (2022) sebagai berikut:

1. Adanya keinginan untuk mencapai status sosial tertentu dan juga merupakan wujud eksistensi diri, citra diri serta harga diri.
2. Ada dorongan ingin diperhatikan oleh lawan jenis. Biasanya seseorang berorientasi untuk memiliki pasangan yang banyak harta akan berusaha menampilkan yang dimiliki agar tampak selevel dan setara.
3. Sebagai tujuan pemasaran atau yang dapat berdampak dalam investasi atau trading tertentu. Namun, sangat disayangkan hal ini juga sering disalahgunakan untuk penipuan.

4. Selain daripada itu ada juga faktor-faktor lain yaitu kepribadian dan lingkungan. Gaya hidup dan lingkungan tempat tinggal yang mewah juga dapat menjadi faktor terjadinya perilaku *flexing* ditambah dengan kepribadiannya yang mendukung seperti itu.

### 2.3 Perempuan Bugis

Suku Bugis atau *to ugi* adalah salah satu suku yang berdomisili di Sulawesi Selatan. Peradaban awal orang-orang bugis juga dipengaruhi oleh tokoh-tokohnya yang hidup di masa lalu. Keberadaan sosok perempuan bugis dalam karya La Galigo seperti We' Opu Senggeng, We' Tenri Abeng dan We' Cudai merupakan tokoh perempuan bugis yang mewarnai corak pemerintahan dan perkembangan perempuan bugis yang merdeka. Perempuan bugis dalam naskah lontara, ditemukan posisi perempuan bugis dalam tradisi berperan tidak saja sebagai simbol kejelitaan atau pengasuh rumah tangga bagi suami dan anak-anaknya namun ikut mendominasi pranata sosial masyarakat dan politik. Perempuan bugis di dalam lontara bugis disebut *materru na' malampe nawa-nawa* (Berani dan memiliki visi) (Ilyas, 2019). Dilanjut oleh Ilyas (2019) menyampaikan dari hasil penelitiannya bahwa Perempuan bugis digambarkan sebagai dewi kehidupan (Sang Hyang Seri) sosok yang dihormati dan mengatur, kesejahteraan manusia di muka bumi, perempuan bugis yang dicitrakan sebagai perempuan penurut dan setia.

Sedangkan, B Fitriani & Siscawati (2021) dalam penelitiannya membahas bahwa Perempuan Bugis, khususnya dari kelompok bangsawan menjalani hidupnya dengan penuh tradisi, ritual dan norma budaya yang membentuk dirinya "menjadi" perempuan Bugis. Perjalanan hidup yang dilalui perempuan Bugis dalam proses "*becoming*" atau proses budaya (*cultural process*) dilakukan melalui berbagai fase kehidupan. Begitupula menurut Mattulada dalam B Fitriani & Siscawati (2021) menyampaikan bahwa secara khusus, membahas posisi perempuan Bugis sebagai berikut dan merupakan bagian penting dari budaya *siri'*. hal penting dalam budaya *siri'* yang mengatur tentang perempuan Bugis tersebut antara lain adalah : 1) *Makkunrai*: Intang permata, perempuan Bugis sebagai Simbol Utama *Siri'* keluarga 2) *Alebbireng*: Perempuan Bugis dianggap sebagai kemuliaan 3) *Malebbi*: Perempuan pasif adalah perempuan terhormat 4) *Makatte*: Ritual sunat perempuan 5) *Sompa*: Mahar tanah dalam pernikahan Bugis 6) *Dui menre*: Perempuan Bugis sebagai status sosial dan unit ekonomi 7) Posisi Perempuan dalam keluarga dan pengaturan tata letak ruang pada rumah panggung bugis 8) *Assikalabaineng*: Kitab dalam keluarga suku bugis, 9 *Silariang*: Bernilai nyawa Perempuan Bugis sebagai pencoreng *Siri'* keluarga, dan 10) *Makkunrai* dalam perbendaharaan kata bahasa Bugis (Mattulada dalam B Fitriani & Siscawati, 2021).

Begitupula dalam Penelitian Andi Ima Kesuma (2019) yang membahas tentang tingkat stratifikasi sosial perempuan Bugis dan seorang lelaki bangsawan

mempunyai sebutan istri yang berlainan sebutannya, terdiri dari: 1. *Bene pada*, yakni istri yang sederajat tingkat kebangsawanan suaminya. 2. *Bene seajing*, yakni istri yang tidak sederajat tingkat kebangsawanan suaminya. 3. *Bene torilao*, yakni istri yang tidak memiliki derajat kebangsawanan, yakni terdiri atas tiga tingkatan kebawah, yakni *bene maradeka*, *bene sama*, dan *bene ata*. Masih ditambahkan oleh Andi Ima kesuma bahwa sistem pernikahan dalam stratifikasi sosial yang menurut ukuran saat ini “terdapat ketidakadilan” pada kaum perempuan Bugis, lontara juga memberikan pesan bagaimana seharusnya perempuan Bugis dalam berperilaku dan masyarakat memperlakukannya (Kesuma & Irwan, 2019).

Konstruksi feminitas ideal bagi perempuan Bugis dikarakterisasikan dalam kecantikan, latar belakang keluarga, kekayaan dan kesalehan sehingga kualitas tersebut adalah kualitas “perempuan Bugis yang sempurna” (Idrus dalam B Fitriani & Siscawati, 2021). Masih dilanjutkan lagi oleh Idrus dalam B Fitriani & Siscawati (2021) dalam jurnalnya menyampaikan bahwa perempuan-perempuan bugis tersebut diibaratkan sebagai berikut :

1. Perempuan Bugis diibaratkan seperti cermin (*camming*), yang maksudnya Kaca (*kaca*) bisa juga diibaratkan seperti piring keramik (*perne pinceng*). Perempuan Bugis merupakan simbolisasi sebagai cermin, kaca atau piring keramik yang harus selalu dilindungi karena dianggap gampang pecah. Sekali saja perempuan digosipkan telah melakukan sebuah pelanggaran adat atau berkelakuan buruk secara seksual, bahkan walaupun hal tersebut tidak dapat dibuktikan, perempuan Bugis sebagai gelas atau kaca dianggap telah retak. Apabila berita tersebut dapat terbukti kebenarannya, maka perempuan-perempuan Bugis yang disimbolisasikan sebagai cermin, kaca atau piring keramik telah rusak dan tidak berharga lagi.
2. Perempuan Bugis dibaratkan seperti Kayu yang Hijau (*aju mamata*) dengan kata lain simbolisasi cermin, kaca dan piring keramik yang mudah pecah, perempuan Bugis juga disimbolkan sebagai kayu hijau, dan laki laki adalah bara api. Kayu hijau akan mudah terbakar apabila berdekatan dengan bara api. Pemberian simbol kayu hijau kepada perempuan Bugis menjadi alasan pelarangan perempuan Bugis selalu berdekatan dan berinteraksi dengan laki-laki.
3. Perempuan Bugis dibaratkan seperti Telur (*tello*) merupakan simbolisasi terhadap Perempuan Bugis itu adalah telur. Simbol telur digunakan masyarakat Bugis juga untuk menggambarkan kerapuhan seksualitas perempuan. Telur yang terjatuh dan pecah tidak akan memiliki nilai lagi, begitu pula perempuan-perempuan yang jatuh kedalam keadaan kehamilan di luar institusi pernikahan. Pihak yang berniat menikahi perempuan yang mengalami kehamilan di luar institusi pernikahan, baik laki-laki yang menghamilinya atau laki-laki lain yang mau menyelamatkan kehormatan perempuan tersebut dan keluarganya dari rasa malu, akan disebutkan sebagai laki-laki yang menikahi telur yang sudah rusak, yang ketika disekop dari tanah, pasir yang kotor akan menempel dan ikut tersekop. Dalam masyarakat Bugis, perempuan tersebut biasanya akan ditandai dengan berbagai macam penghinaan; seperti “telur rusak” (*tello’ masolang*) atau

“perempuan rusak” (*makkunrai masolang*) dan selamanya akan menyandang “gelar” tersebut karena ia tidak akan pernah mungkin mendapatkan lagi keperawanannya kembali seperti sebelumnya. Status keperawanan perempuan-perempuan Bugis itu yang di maksud adalah simbol-simbol dari kesucian diri seseorang, dan kegagalannya menjaga keperawanan itu dapat dimaknai sebagai hilangnya kehormatannya (Idrus dalam B Fitriani & Siscawati, 2021).

## 2.4 Teori Pierre Bourdieu

Teori Pierre Bourdieu adalah salah satu konsep paling populer dalam sosiologi di Eropa. Teori ini mengkaji bagaimana individu (agen) berinteraksi dengan lingkungan (struktur) sosialnya. Salah satu konsep penting teori ini adalah “Habitus” yang diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu.

Menurut George Ritzer dalam Krisdinanto N (2014) menyebut bahwa habitus sebagai "struktur mental atau kognitif" yang digunakan aktor untuk menghadapi kehidupan sosial. Aktor dibekali serangkaian skema atau pola yang diinternalisasikan dan digunakan untuk merasakan, memahami, menyadari serta menilai dunia sosial. Melalui pola-pola itulah aktor memproduksi tindakan mereka dan juga menilainya. Secara dialektika, habitus adalah "produk internalisasi struktur" dunia sosial (Ritzer dan Goodman, 2004).

Habitus menghasilkan dan dihasilkan oleh kehidupan sosial. Di satu pihak, habitus adalah "struktur yang menstruktur" (*structuring structures*), maksudnya, habitus adalah sebuah "struktur yang menstruktur" kehidupan sosial. Di lain pihak, habitus adalah "struktur yang terstruktur" (*structured structure*), yaitu struktur yang distrukturisasi oleh dunia sosial. Artinya, habitus kita juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial kita (Ichwayudi *et al.*, 2021). Masyarakat, dengan norma, nilai, dan ekspektasi mereka, membentuk bagaimana kita berperilaku dan berpikir.

Habitus juga bisa dibayangkan sebagai "struktur sosial yang diinternalisasikan dalam suatu wujud." Habitus mencerminkan pembagian objektif dalam struktur kelas seperti menurut umur, jenis kelamin, kelompok dan kelas sosial. Habitus diperoleh sebagai akibat dari lamanya posisi dalam kehidupan sosial diduduki. Jadi habitus akan berbeda-beda, tergantung pada wujud posisi seseorang dalam kehidupan sosial. Tidak setiap orang sama kebiasaannya; orang yang menduduki posisi yang sama cenderung memiliki kebiasaan yang sama. Dalam pengertian ini, habitus dapat pula menjadi fenomena kolektif. Habitus memungkinkan orang memahami dunia sosial, tetapi dengan adanya banyak habitus berarti kehidupan sosial dan strukturnya tak dapat dipaksakan seragam kepada seluruh aktor. Habitus yang ada pada waktu tertentu merupakan hasil ciptaan kehidupan kolektif yang berlangsung selama periode historis relatif panjang (Bourdieu dalam Krisdinanto, 2014).

Terakhir, bagi Bourdieu, konsep habitus merupakan cara untuk melepaskan diri dari pilihan antara subjektivisme dan objektivisme, melepaskan diri dari pemikiran filosofis subjek tanpa lepas dari pemikiran subjek, melepaskan diri dari

filsafat struktur tanpa melupakan, ke arah itu dengan memperhatikan dan kemudian untuk mempengaruhi yang melalui agen.

Secara sederhana, habitus juga merupakan cara Bourdieu untuk melepaskan diri dari cara pandang strukturalisme yang tidak mempunyai subjek, sekaligus melepaskan diri dari cara pandang subjektivisme yang tidak memiliki struktur. Bourdieu mengakui dan menemukan cara untuk memahami dan menganalisa hubungan antara praktik individu dengan dunia, yang tidak melulu bersifat intelektual atau mekanistik (Mahar dan Harker, 2010).

Habitus juga melibatkan bagaimana individu tidak hanya menerima mentah-mentah struktur. Ketika individu menginternalisasi struktur, tetap ada ruang untuk merefleksikan pilihan-pilihan rasionalnya, prinsip-prinsip, dan strategi-strategi sebagai filter sebelum mereka melakukan improvisasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Bourdieu dalam Christensen (2014), setiap individu menempati posisi dalam ruang sosial multidimensi yang merupakan keanggotaan dalam kelas sosial tertentu. Posisi ini ditentukan oleh jumlah modal yang dimiliki individu relatif terhadap orang lain serta distribusi relatif berbagai jenis modal. Modal ada dalam tiga bentuk dasar: ekonomi, budaya, dan sosial. Modal ekonomi adalah aset ekonomi tradisional seperti uang, atau kepemilikan rumah dan mobil. Modal budaya memerlukan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman tentang kode konseptual dan normatif dari budaya tertentu. Dibutuhkan tiga bentuk berbeda; yang dilembagakan (misalnya pendidikan formal dan kredensial), yang diwujudkan (partisipasi budaya), dan yang di objekkan (kepemilikan barang budaya). Modal sosial mengacu pada sumber daya yang tersedia melalui jaringan sosial individu (Bourdieu dalam Christensen & Carpiano, 2014). Bersama ketiga kapital menentukan keanggotaan kelas, dengan orang-orang yang menduduki lebih tinggi atau lebih diistimewakan kelas yang memiliki jumlah modal ekonomi, budaya, dan sosial yang lebih besar dibandingkan dengan orang-orang di kelas yang lebih rendah atau kurang beruntung. Dalam setiap kelas adalah praktik sosial dan gaya hidup tertentu yang dibentuk melalui kebiasaan yang merupakan seperangkat disposisi kognitif, skema, dan selera khusus untuk individu dari kelas sosial tersebut. Habitus dikembangkan dari dan dibentuk oleh struktur hubungan sosial yang 'objektif' dan perilaku 'subjektif' para aktor (juga dikenal sebagai agensi) dalam konteks tertentu. Melalui habitus, praktik yang bermakna dan persepsi yang memberi makna dihasilkan. 'Habitus demikian dapat menghasilkan serangkaian 'pilihan' yang merupakan gaya hidup' (Bourdieu dalam Christensen & Carpiano, 2014). Masih dilanjut bahwa Habitus berbeda di antara individu-individu karena individu memiliki kondisi objektif yang berbeda. Namun, individu-individu tersebut yang dapat menempati posisi proksimal dalam ruang sosial tertentu memiliki kondisi objektif yang serupa sehingga cenderung memiliki praktik-praktik dan disposisi penghasil habitus yang serupa (Bourdieu dalam Christensen & Carpiano, 2014).

## 2.5 Kelas Sosial

Persoalan kelas sosial atau kelompok sosial memiliki makna yang cenderung lebih luas digunakan untuk menunjukkan strata sosial berdasarkan pada kriteria ekonomi. Dengan demikian, pengertian kelas sosial atau kelompok sosial adalah sekelompok orang yang menduduki suatu strata sosial berdasarkan pada kriteria ekonomi. Menurut Soerjono Soekanto (2007) bahwa kelas sosial serupa dengan strata sosial tanpa dibedakan faktor uang, tanah, atau kekuasaan. Ada juga yang menggunakan istilah kelas sosial hanya untuk pelapisan sosial yang berdasarkan ekonomi, sedangkan pelapisan sosial yang berdasarkan honor (D Putranto, 2018). Gaya hidup dan kelas sosial mempunyai hubungan yang kuat, yang berarti bahwa gaya hidup dan kelas sosial mempunyai kaitan yang kuat dan dapat digunakan dengan baik untuk dapat meningkatkan pengambilan keputusan pembelian dari konsumen (Faulina & Susanti, 2023).

Kelas sosial dapat diukur dengan menggunakan tiga teknik; 1). Pendekatan reputasional; 2). Pendekatan subjektif; 3). Pendekatan objektif. Pendekatan reputasional, lebih dikenal dengan pendekatan Warner, beranggapan bahwa kelas sosial dapat diketahui dari sebutan reputasi seseorang yang diberikan oleh masyarakat sekitarnya (S Soekanto, 2007). Pendekatan subyektif, merupakan pendekatan untuk mengetahui kelas sosial dari sisi individu itu sendiri. Pendekatan objektif, mengukur kelas sosial dari basis demografis yang bebas dari prasangka individu. Pendekatan objektif terbagi menjadi dua macam, yaitu yang menggunakan indeks tunggal (*single factor/item index*) atau tidak tunggal (*multiple factor/item index*). Pendekatan indeks item tunggal sering dilakukan oleh para pemasar dengan menggunakan salah satu faktor yaitu pendapatan, pekerjaan dan pendidikan. Walaupun pendapatan sering dijadikan acuan dalam penentuan kelas sosial seseorang, namun sebagai faktor yang ketika ditingkatkan, tidak serta merta atau hampir selalu tidak dapat menghasilkan perubahan kelas sosial keluarga (Coleman dalam Triwijayati & Pradipta, 2018). Begitupula Penelitian oleh Triwijayati *et al.* (2020) melihat hubungan antara kelas sosial, pola pikir dan perilaku postmodern masyarakat Indonesia. Konsumen Indonesia berdasarkan kelas sosial (Triwijayati *et al.*, 2020). Menurut Putri Chrysilla *et al.* (2023). Kelas sosial dan perubahan sosial memengaruhi pola konsumsi masyarakat tradisional dan masyarakat perkotaan. Secara garis besar, pola konsumsi pada masyarakat tradisional lebih menekankan pada keterjangkauan harga, oleh karena kelas sosial mereka yang lebih rendah. Di sisi lain, kebiasaan-kebiasaan konsumsi masyarakat perkotaan yang lebih tinggi dari masyarakat tradisional karena kelas sosial mereka yang lebih tinggi. Namun, dengan adanya perubahan sosial saat ini, segalanya terlihat berbeda. Pola konsumsi masyarakat modern, baik tradisional maupun kota, lebih mementingkan mengutamakan tren kekinian, tidak memandang dari kelas ekonomi mana mereka berasal (Putri Chrysilla *et al.*, 2023).

## 2.6 Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yang meneliti berbagai aspek mengenai praktik sosial *flexing*, maka dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan ini bukan pengulangan atau duplikasi dari penelitian terdahulu. Adapun perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.1** Penelitian Sebelumnya

| No | Peneliti                    | Judul Penelitian   | Metode             | Hasil   | Persamaan  | Perbedaan   |
|----|-----------------------------|--|--------------------|---|--|---|
| 1. | Nugroho, Tedjo Setyo (2023) | Persepsi fenomena <i>flexing</i> Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya | Studi Fenomenologi | Hasil penelitian ini melihat persepsi terhadap fenomena selebgram <i>flexing</i> tidak hanya dari bisnis, konten, sosial tetapi persepsi lain seperti pengakuan terhadap diri sendiri dan seseorang yang membutuhkan pujian dari orang lain | Persamaan penelitian sebelumnya ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama membahas tentang <i>flexing</i> dan metode yang digunakan metode kualitatif | Sedangkan perbedaan yang ada terhadap hal yang akan diteliti yaitu peneliti sebelumnya mengkaji tentang persepsi fenomena-fenomena Selebgram Pada Mahasiswa sedang penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengkaji tentang praktik sosial <i>flexing</i> perempuan Bugis di kabupaten Sidrap |

|    |   |   |            |   |   |   |
|----|---|---|------------|---|---|---|
| 2. | Dini Aeni, Busro dan Hidayatul Fikra (2023) | Analisis Fenomena <i>flexing</i> di Media Sosial dari Sebuah Hadits Perspektif dengan Pendekatan Psikologis | Kualitatif | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku <i>flexing</i> dilarang keras berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud No. 3511. Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa <i>flexing</i> dilakukan ketika seseorang memiliki rasa yang tidak aman terhadap dirinya sendiri. Praktisi <i>flexing</i> cenderung memiliki kecerdasan yang emosional: kesadaran, empati, pengaturan diri, dan | Persamaan antara peneliti terdahulu dan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas <i>flexing</i> dan metode penelitian yang digunakan juga sama yakni menggunakan metode kualitatif | Perbedaan adalah dalam penelitian Dini Aeni, Busro dan Hidayatul Fikra yaitu mengkaji tentang <i>flexing</i> di Media Sosial, sementara peneliti akan mengkaji tentang praktik sosial <i>flexing</i> Perempuan Bugis yang telah dilakukan secara langsung |
|----|---|---|------------|---|---|---|

|    |                                    |  |            |   |  |   |
|----|------------------------------------|--|------------|---|--|---|
|    |                                    |  |            | <p>keterampilan sosial yang rendah. Orang kaya sejati tidak pernah memamerkan kekayaannya.</p>  |  |   |
| 3. | Oggy Maulidya Perdana Putri (2023) | <i>Flexing</i> : Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam | Kualitatif | <p>Hasil penelitian ini ditemukan 5 faktor yang menyebabkan terjadinya <i>flexing</i>, yaitu untuk meningkatkan nilai diri, untuk mendapat pasangan dari kelas sosial tertentu, sebagai sarana pemasaran, lingkungan dan kepribadian pelaku <i>flexing</i> dan kurangnya rasa empati terhadap orang lain. <i>flexing</i> juga</p> | <p>Persamaan penelitian Oggy dengan penelitian saat ini adalah sama-sama membahas <i>flexing</i> dengan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif</p> | <p>Perbedaannya adalah dalam penelitian Oggy subjek penelitiannya itu konsumen konsumen islam, sedangkan peneliti subjek penelitiannya adalah Perempuan Bugis</p> |

|    |  |  |               |   |  |   |
|----|--|--|---------------|---|--|---|
|    |  |  |               | dianggap tidak sesuai dengan perilaku konsumen Islam karena bertentangan prinsip, norma, etika konsumsi dan dalil, baik dari Al Quran maupun hadits Nabi Muhammad SAW.  |  |   |
| 4. | Raharja Hawwin, Astuti, Aymaja, Lestari & Handoyo (2023) | Peran Pendidikan Karakter untuk Menghadapi trend <i>flexing</i> di Era Teknologi | Studi pustaka | Hasil dari penelitian pustaka ini menunjukkan bahwa pendidikan karakter memberikan alternatif pendidikan yang komprehensif di dalam diri individu. Hal ini dikarenakan dalam pendidikan karakter memperhatikan 3 dimensi, yakni moral knowing | Persamaan antara peneliti terdahulu dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas <i>flexing</i> . | Perbedaan penelitian sebelumnya terdapat pada metode yang digunakan oleh penelitian sebelumnya yaitu studi pustaka Sedangkan metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif |

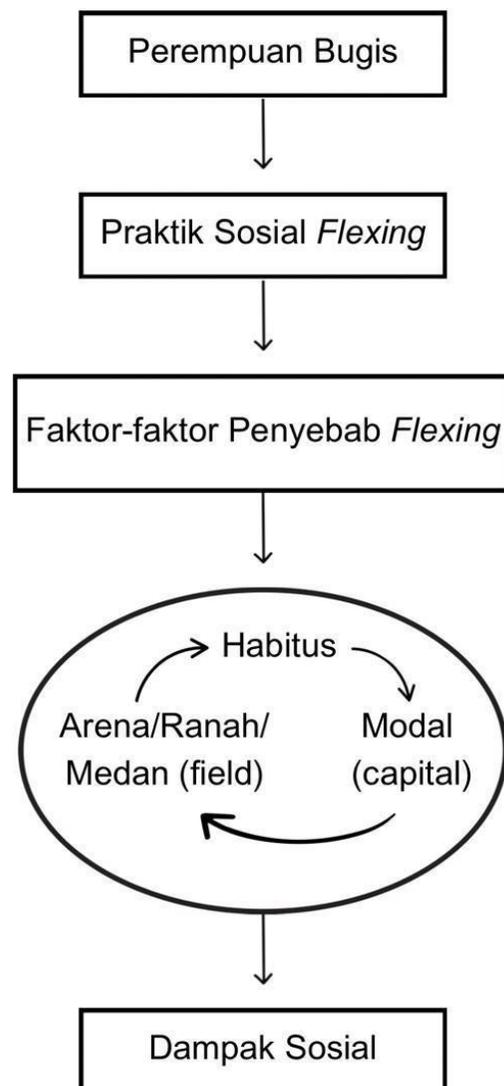
|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | <p>yang berperan memberikan dimensi pengetahuan untuk menentukan mana yang baik dan buruk, sehingga dalam konteks ini memberikan kerangka kognitif bagi individu untuk menilai tindakan <i>flexing</i>. Moral feeling berperan untuk menggugah dan melatih hati nurani dalam diri masing-masing individu, sehingga melatih sisi emosional individu untuk peka sosial atas tindakan <i>flexing</i>.</p> |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|

Demikian beberapa penelitian terdahulu yang relevan di atas telah peneliti tampilkan untuk memperjelas tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang ada kaitannya dengan permasalahan yang telah diteliti, sehingga dapat diketahui dengan nyata bahwa penelitian tersebut sudah pernah dikaji sebelumnya. Sehingga setelah peneliti melakukan penelitian ini tidak ada pengulangan atau duplikasi dari kajian/penelitian sebelumnya. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah; (1). Peneliti terdahulu mengkaji tentang fenomena selebgram mahasiswa, *flexing* di media sosial, peran pendidikan karakter dalam menghadapi tren *flexing*, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti mengkaji tentang praktik sosial *flexing* perempuan Bugis, (2). Lokasi penelitian terdahulu antara lain di Surabaya, Bandung, Malang dan Semarang sedangkan lokasi penelitian berada di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap. (3) Hasil penelitian terdahulu antara lain, fenomena selebgram *flexing* tidak hanya dari bisnis, konten, tetapi persepsi pengakuan diri yang membutuhkan pujian, perilaku *flexing* sangat dilarang berdasarkan hadis dan faktor terjadinya *flexing* karena meningkatkan kepercayaan diri, sedangkan hasil yang ditemukan oleh peneliti adalah praktik *flexing* sangat dipengaruhi oleh kelas sosial, praktik *flexing* sebagai budaya Bugis, praktik *flexing* sebagai motivasi perempuan Bugis dalam menunjukkan status sosial dan mendapat pengakuan dari orang lain.

## 2.7 Kerangka Pikir

Dalam tiap jenis penelitian tentunya selalu menggunakan kerangka berpikir yang menjadi alur dalam menentukan arah yang diteliti. Hal ini untuk menghindari perluasan pembahasan yang dapat mengakibatkan penelitian tidak terarah atau tidak fokus. Dalam penelitian ini, yang menjadi batasan adalah praktik sosial *flexing* perempuan Bugis. Dalam hal ini, individu sebagai agen, yaitu mereka yang bertindak, dipengaruhi oleh habitus, yang maksudnya adalah Perempuan bugis. Praktik sosial *flexing*, yang melibatkan memamerkan kekayaan yang mereka miliki ini merupakan suatu praktik yang muncul dari hubungan kompleks antara habitus yang telah terbentuk dan lingkungan dimana individu tinggal. Dengan demikian peneliti akan mengeksplorasi mengenai bagaimana perempuan bugis yang melakukan praktik sosial *flexing* dilihat dari teori habitus oleh pierre bourdieu. Habitus yang dimaksud itu seperti cara-cara kita berpikir dan melakukan hal-hal yang sebenarnya dan dipengaruhi oleh cara kita tumbuh dalam kehidupan bermasyarakat. Tidak semua orang punya cara yang sama, tergantung pada tempat dan posisi kita dalam masyarakat. Jadi, orang yang berada di dalam posisi yang sama, kemungkinan besar akan memiliki kebiasaan yang sama. Selain itu, konsep kebiasaan-kebiasaan itu sendiri tidak dapat berjalan tanpa adanya arena, karena habitus dan arena tidak dapat dipisahkan, arena/ranah/medan (*field*) yang dimaksud adalah ibarat sebuah tempat kompetisi dimana setiap orang berjuang untuk mencapai tujuan dan modal (*capital*) berupa sumber daya yang dimiliki oleh para aktor dan kemudian digunakan dalam sebuah arena/ranah/medan (*field*). Praktik ini tentunya bertujuan untuk mendapatkan pengakuan di masyarakat, sehingga

terkesan sukses, kaya atau modern karena dapat melakukan hal-hal tersebut. Untuk itu peneliti akan menyajikan kerangka pikir sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Kerangka Pikir

## 2.8 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah bagian dari penelitian yang menjelaskan karakteristik dari suatu masalah yang perlu diteliti. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Istilah "perempuan Bugis" mengacu pada perempuan dalam komunitas Bugis, kelompok etnis penting yang sebagian besar tinggal di Sulawesi Selatan. Suku Bugis sebagian besar mendiami berbagai kabupaten antara lain Bone, Wajo, Soppeng, Sinjai, Bulukumba, Barru, Parepare, Sidrap, Pinrang, dan Luwu. Dalam penelitian yang telah dilakukan, fokusnya adalah perempuan Bugis yang minimal berusia 19 tahun ke atas, baik yang belum menikah maupun sudah menikah, termasuk dalam strata ekonomi bawah, melakukan praktik sosial *flexing*, dan bertempat tinggal di Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidrap.
2. *Flexing* yang dulunya tabu, tetapi sekarang tampaknya diterima secara luas. Dalam penelitian yang telah dilaksanakan, *flexing* mengacu pada penggunaan barang-barang tertentu dengan tujuan mengangkat status sosial seseorang melalui konsumsi barang-barang mahal dan mewah. *Flexing* bukan hanya dilakukan oleh para artis-artis atau pejabat negara, tetapi *flexing* juga dilakukan oleh perempuan-perempuan Bugis disaat menghadiri suatu acara atau pesta.
3. Habitus, yang diciptakan oleh Pierre Bourdieu, merujuk kepada struktur mental yang dibentuk oleh interaksi dan pengalaman sosial seumur hidup. Ini membentuk cara berpikir, emosi, tindakan, menjadi panduan dalam keputusan sehari-hari. Habitualitas ini tidak hanya didasarkan pada pengalaman individu, tetapi juga terbentuk oleh lingkungan sosial, budaya, dan sejarah tempat atau lingkungan individu-individu hidup. Habitus adalah bagaimana orang memandang dunia, mencerminkan status sosial-ekonomi mereka, mempengaruhi perilaku-perilaku seperti gaya hidup dan pilihan konsumsi, dan membentuk interaksi sosial.
4. Arena/ranah/medan (field) dalam praktik-praktik *flexing*, perempuan menggunakan arena atau ranah untuk memamerkan kekayaan dan status sosial mereka di acara-acara pesta pernikahan dan acara-acara besar lainnya. Penggunaan arena ini memainkan peran penting dalam praktik sosial *flexing*

bagi perempuan, dimana mereka dapat kesempatan melakukan dan berkompetisi untuk memamerkan dan menunjukkan status sosial dan identitas mereka.

5. Modal adalah sumber daya yang dimiliki seseorang atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan dalam interaksi sosial dan mempengaruhi status sosial mereka di masyarakat. Modal berhubungan erat dengan habitus. Modal bisa ada di dalam diri seseorang atau sejalan dengan habitus. Sebagaimana habitus, modal juga berperan penting dalam bagaimana orang berkompetisi atau berinteraksi dalam ranah tertentu.
6. Dampak sosial mencakup perubahan interaksi dan hubungan antar individu dalam masyarakat. Hal ini dapat memengaruhi norma, nilai, dan perilaku sosial baik secara positif maupun negatif. Praktik sosial *flexing*, yang merupakan pamer kekayaan atau kebiasaan atau gaya hidup yang suka pamer kemewahan, dapat menimbulkan ketidaksetaraan sosial dan menciptakan tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan standar yang tidak realistis. Praktik sosial *flexing* perempuan berkaitan erat dengan status sosial karena hal ini melibatkan tindakan memamerkan kekayaan dan simbol-simbol kekayaan untuk mendapatkan pengakuan secara sosial.