

- 2) *Flexing* adalah pamer sesuatu yang mencolok, *flexing* dalam hal ini terkait harta kepemilikan maupun harta bukan milik yang terkesan mewah, dijadikan atribut sehari-hari, maupun digunakan untuk kegiatan tertentu dengan nuansa hedonisme.
- 3) Masyarakat Tontonan adalah orang yang mengkonsumsi atau memproduksi *Flexing* harta secara virtual. Yang dimaksud ialah, penikmat konten dan pelaku *flexing* harta yang menggunakan media sosial sebagai medium.
- 4) Media sosial adalah Garapan dari perusahaan Meta oleh Mark Zuckerberg antara lain WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Fungsi dasar aplikasi tersebut adalah mengupload foto dan video
- 5) Mahasiswa adalah strata 1 yang aktif bersosial media di ketiga aplikasi tersebut dan dari Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan riil (alamiah) hal ini bertujuan untuk mencari tahu dan memahami fenomena yang terjadi, mengapa fenomena tersebut bisa terjadi dan bagaimana sehingga fenomena tersebut menjadi suatu permasalahan yang dapat berpengaruh pada tatanan kehidupan masyarakat. (Martono, 2015) Adapun tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. menurut (Syamsuddin, 2011) penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang digunakan dalam mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun manusia.

Fenomena yang dimaksud dapat berbentuk fisik, aktivitas, karakteristik, perubahan, kesamaan, serta perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti akan menggambarkan bagaimana fenomena *flexing* harta yang relevan terjadi di kalangan mahasiswa melalui media sosial di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Untuk itu, penelitian ini memilih jenis ataupun strategi Penelitian fenomenologi, fenomena *flexing* harta di kalangan mahasiswa melalui media sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, dengan ini akan melakukan pengkajian secara mendalam, detail dan terperinci, sehingga apa yang ingin peneliti dapatkan itu bisa didapatkan dan tersampaikan dengan baik, jelas dan transparan.

3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

1) Waktu Penelitian

Dalam rangka memenuhi proses penelitian yakni pada tahap pengumpulan data maka waktu yang peneliti perlukan kurang dan lebihnya yakni 2 bulan antara bulan Mei 2023 – Juni 2023.

2) Lokasi Penelitian

Untuk lokasi penelitian ini bertempat di Universitas Hasanuddin, Kelurahan Tamalanrea Jaya. Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar. Dalam rangka lancarnya proses penelitian yang terorganisir atau terstruktur maka dibuatlah pedoman *timeline* sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Jadwal Tahapan Penelitian

No	Kegiatan	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1.	Penyusunan Proposal						
2.	Seminar Proposal						
3.	Pengurusan Izin Penelitian						
4.	Observasi di Lokasi						

5.	Pengumpulan Data						
6.	Pengolahan Data						
7.	Pengerjaan Hasil Laporan						
8.	Bimbingan Laporan						
9.	Seminar Hasil						

3.3. Sumber Data

1). Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan fenomena yang yang diteliti. Untuk itu data primer ini diperoleh melalui informan yaitu orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari:

Observasi

Observasi adalah kegiatan peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam

pengamatan ini, peneliti merekam/mencatat, baik dengan cara terstruktur maupun semi-struktur aktivitas-aktivitas di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan dan bertatap muka dengan orang yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan untuk memperoleh data pendukung atau memperjelas maksud dari pertanyaan Penelitian. Adapun informan dalam Penelitian ini adalah mahasiswa strata 1 yang aktif berkuliah di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dan pernah melakukan *flexing* harta di media sosial yang dimiliki.

2). Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet dan lain sebagainya (Martono, 2015). Pengumpulan data sekunder dilaksanakan melalui menggali informasi dan referensi terkait *flexing* harta. Adapun bahan-bahan literatur terkait yaitu buku, skripsi, jurnal, artikel ilmiah, hingga berita.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Syamsuddin, 2011) Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif memiliki peran yang sangat penting, karena memiliki tujuan untuk mendapatkan data empiris di lapangan tanpa adanya unsur yang subjektif dari peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ada empat

yaitu wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan.

3.4.1. Observasi

Observasi Menurut Nasution dalam (Sugiyono, 2019) Observasi adalah sebuah dasar ilmu pengetahuan, karena dengan observasi seorang peneliti dapat mempelajari makna realitas dalam suatu kehidupan. Observasi juga dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengamati secara langsung terhadap kondisi permasalahan yang akan diteliti. Dengan melakukan observasi, ini bisa memberikan kemudahan dalam menggambarkan serta menganalisis masalah yang sebenarnya terjadi. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam melihat beberapa mahasiswa Universitas Hasanuddin yang melakukan *flexing* harta adalah mereka memiliki kecenderungan mengakses media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Mereka melakukan hal tersebut untuk mempertontonkan aktivitasnya yang tentu saja terkesan mewah. Mulai dari hal sederhana seperti *self mirror* dengan Gadget keluaran terbaru, nongkrong bersama teman serta makan di cafe dan resto berkelas, serta penggunaan perhiasan emas dan otomotif bermerek di dunia perkuliahan yang terkadang budget mereka ditujukan demi *fashion* secara visual dibanding kebutuhan pokok penunjang akademik seperti buku dan sebagainya.

3.4.2. Wawancara Mendalam

Wawancara Mendalam Menurut Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2019) memberikan penjelasan mengenai wawancara mendalam yaitu pertemuan antara dua orang untuk bisa saling berinteraksi dan bertukar informasi yang dimana

peneliti dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang berlangsung lama, dengan itu peneliti akan mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang mendalam terkait fenomena yang akan diteliti. Wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti dilakukan untuk bisa mendapatkan informasi dari informan yang terperinci dalam melihat dan bisa menggambarkan fenomena yang terjadi dirasakan langsung oleh informan.

3.4.3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen juga dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya dari seseorang. Dokumen lain juga dapat berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain sebagainya. Metode ini dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh dokumentasi untuk pengambilan gambar untuk lebih memperkuat penelitian.

3.4.4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisis literatur bacaan. Adapun tujuan dari penggunaan studi pustaka bagi peneliti yaitu dapat memberikan dan menambah pengetahuan atau pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang sedang diteliti (Martono 2015). Untuk itu dalam penelitian ini peneliti mengambil studi pustaka yang bersumber dari buku, jurnal, dan skripsi yang dapat diakses secara langsung melalui perpustakaan maupun diakses secara daring sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

3.5. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan teknik penentuan informan dengan sengaja karena kriteria tertentu. Pemilihan informan ini berdasarkan pertimbangan bahwa orang yang dipilih dapat memberikan informasi sesuai dengan tujuan dan juga permasalahan yang sedang diteliti. Dalam teknik ini juga, siapa yang akan menjadi informan diserahkan kepada pertimbangan peneliti yang menurutnya sesuai dengan kriteria dan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a) Mahasiswa Strata 1 aktif yang terdaftar secara administratif di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
- b) Sementara menjalani studi semester III,V, VII, VIII Angkatan 2019, 2020, 2021, 2022
- c) Mahasiswa yang aktif dan pernah serta mem-*posting* hal hal yang terkesan hedonisme (*flexing* harta di media sosial) antara lain Facebook, WhatsApp dan Instagram.
- d) Mahasiswa yang bersedia menjadi Informan.

3.6. Teknik Analisis Data Analisis

Teknik Analisis Data Analisis data menurut Patton (dalam Sustiyo, 2013) adalah suatu proses mengatur urutan data ke dalam suatu kategori dan kesatuan uraian dasar. Analisis data juga diartikan sebagai upaya yang digunakan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilihnya menjadi satu kesatuan yang dapat dikelola, kemudian menelaah seluruh data yang tersedia dari

berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi gambar foto dan sebagainya. Setelah ditelaah maka langkah selanjutnya adalah melakukan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data atau kesimpulan. Selanjutnya akan dijelaskan secara rinci mengenai teknik analisis data menurut Miles Huberman (dalam Sustiyo, (2013)) sebagai berikut:

3.6.1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data yaitu dengan merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan kepada hal yang dianggap penting. Reduksi data juga merujuk pada proses pemilihan, memberikan pusat perhatian pada penyederhanaan data yang dicatat pada catatan lapangan tertulis. Reduksi data juga berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung sampai laporan tersusun.

3.6.2. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data adalah penyusunan informasi atau data secara sistematis, karena dalam penyajian data dilakukan penampilan data sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Oleh karena itu penyajian data bertujuan untuk memudahkan pengambilan keputusan untuk melanjutkan analisis.

3.6.3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi adalah usaha untuk mencari, menguji, mengecek kembali atau memahami makna atau arti, penjelasan, dan alur sebab-akibat suatu fenomena itu terjadi. Sedangkan penarikan kesimpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman terhadap kajian penelitian.

3.7. Pengujian Keabsahan Data

Pada penelitian ini, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Teknik pemeriksaan keabsahan data (dalam Hardani, (2020)) pada penelitian ini sebagai berikut.

3.7.1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas adalah kriteria yang digunakan untuk memenuhi data dan informasi yang dikumpulkan mengandung nilai kebenaran, yang artinya penelitian ini dapat dipercaya dan diterima oleh orang-orang yang memberikan informasi yang dikumpulkan selama informasi berlangsung. Dalam uji kredibilitas pada penelitian ini terdapat enam tahapan penting yang dilakukan antara lain perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, analisis kasus *negative*, menggunakan bahan referensi dan mengadakan *member check*.

3.7.2 Uji Transferability

Yaitu teknik yang digunakan peneliti dengan melaporkan hasil penelitian yang teliti dan juga cermat untuk menggambarkan konteks dari seluruh hasil pengumpulan data yang telah dilakukan di lapangan.

3.7.3. Uji Dependability

Digunakan untuk menilai pada proses penelitian yang dilakukan apakah bermutu atau tidak. Adapun cara yang dilakukan untuk melihat penelitian yang dilakukan bermutu atau tidak adalah dengan mengkonseptualisasikan rencana penelitian, mengumpulkan data dan menginterpretasikan data atau informasi yang telah dikumpulkan.

3.7.4. Uji Confirmability

Digunakan untuk menilai penelitian yang dilakukan bermutu atau tidak, data lapangan yang telah memenuhi standar suatu penelitian baik dari nilai kepercayaan, aplikasi, konsisten dan juga netral maka hasil penelitian tersebut terverifikasi.

BAB IV

GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

4.1. Sejarah Universitas Hasanuddin

Tanggal 10 September 1956 merupakan awal mula berdirinya Universitas Hasanuddin yakni salah satu kampus terbaik di Indonesia timur yang terletak di Kota Makassar. Diketahui sebelum menjadi wilayah otonom, Universitas Hasanuddin adalah bagian dari Fakultas Ekonomi yang merupakan perpanjangan tangan dari Universitas Indonesia pada tahun 1947 berdasarkan surat keputusan No 127 tanggal 23 Juli 1947 akan tetapi, Fakultas Ekonomi tersebut sempat mengalami pembekuan sehingga dinonaktifkan dikarenakan banyak persoalan yang menghambat serta adanya keterlibatan dalam konflik panas di Kota Makassar saat itu. Seiring berjalannya waktu pada bulan September 1956, kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi kembali berjalan sampai diresmikan menjadi Universitas Hasanuddin. (Unhas.ac.id, 2022)

Berbagai proses yang dilewati menjadikan Universitas Hasanuddin memperoleh gelarnya sebagai salah satu perguruan tinggi negeri dengan perjalanan yang begitu panjang. Oleh karena itu, Nuruddin Sahadat, Prof. Drs. G.J. Wolhoff, Mr. Tjia Kok Tjiang, J.E. Tatengkeng dan kawan-kawan menginisiasi untuk dibentuknya salah satu kampus swasta di Kota Makassar yang bernama Balai Perguruan Tinggi Sawerigading pada waktu itu. Pada maret tahun 1950, bapak Prof. Drs. G.J. Wolhoff berhasil menciptakan hal tersebut dan membentuk Panitia Pejuang Universitas Negeri sekaligus Fakultas Hukum untuk pertama kalinya dan tetap menjadi bagian dari Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang diresmikan

pada 3 Maret 1952. Setelah mengarungi waktu kurang lebih 4 tahun Balai Perguruan Tinggi Sawerigading dapat mandiri dan berdiri sendiri untuk menjadi perguruan tinggi independen tersendiri terlepas dari Universitas Indonesia dan menjadi Universitas Hasanuddin.

Berdasarkan data dari Unhas.ac.id tahun 2022 menjelaskan bahwa pada 22 Oktober 1953, Balai Perguruan Tinggi Sawerigading juga mengusahakan untuk dapat membuka atau menambah fakultas baru yaitu Kedokteran selain dari Fakultas Ekonomi saja. Sehingga pada tanggal 28 Januari 1956, Fakultas kedokteran berhasil untuk pertama kalinya dibentuk oleh tim panitia persiapan pembentukan fakultas kedokteran di Kota Makassar yang kelas menjadi Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin.

Pada tanggal 8 September 1960 sesuai dengan keputusan SK No. 88130/S lahirlah fakultas baru yaitu Fakultas Teknik ini didasarkan adanya kebutuhan untuk lebih meningkatkan kreativitas dan kemampuan para pelajar di Sulawesi Selatan serta untuk dapat mempercepat daya upaya pembangunan di Kota Makassar. Beberapa prodi yang muncul antara lain adalah Perkapalan, Mesin dan Sipil. Berselang tiga tahun berikutnya ada 2 tambahan prodi baru yaitu Elektronika dan Arsitektur di Universitas Hasanuddin.

Fakultas Sastra Universitas Hasanuddin pada awalnya adalah hasil penjabaran dari Universitas Negeri Makassar yang pada saat itu masih bernama Yayasan perguruan tinggi Makassar yang sesuai dengan SK No. 48 102248/UU/1960. Penjabaran yang dilakukan meliputi program studi pedagogik,

Sastra Barat, dan Sastra Timur ke Universitas Hasanuddin pada tahun 1959. Inilah awal lahirnya Fakultas Sastra di UNHAS. FISIP atau sering dikenal dengan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik menjadi Fakultas yang ke-enam di Universitas Hasanuddin pada tahun 1961. Sebenarnya FISIP awalnya berasal dari salah satu kampus swasta di Kota Makassar sampai ketika FISIP diakui sebagai salah satu bagian dari Universitas Negeri yaitu Universitas Hasanuddin.

Tahun tahun berikutnya tepatnya tahun 1977, terdapat kejadian dari kebijakan yang begitu fundamental oleh pimpinan Universitas Hasanuddin yang pada waktu itu yaitu bapak A. Amiruddin dengan memutuskan peng-integrasian beberapa fakultas menjadi satu fakultas antara lain, beberapa fakultas yang digabungkan menjadi satu yaitu Fakultas Ilmu Sosial Politik, Fakultas Sastra, dan Fakultas Ekonomi menjadi Fakultas Ilmu Sosial Budaya. Namun Fakultas Hukum yang memiliki unsur serumpun dengan ketiga fakultas sebelumnya memilih menolak untuk bergabung. Selanjutnya Fakultas Teknik dan Fakultas Matematika Ilmu Pengetahuan Alam menjadi Fakultas Sains dan Teknologi. namun hanya berjalan enam tahun putusan ini ditinjau kembali dan memutuskan peraturan baru yaitu dicabutnya penggabungan fakultas tersebut dan fakultas kembali berdiri masing masing.

Pada masa kepemimpinan bapak Rektor Prof. Arnold Mononutu beliau membuat tim gabungan persiapan sekaligus muncul fakultas ketujuh yakni Pertanian. Kerjasama tim gabungan tersebut dilakukan dengan Institut Pertanian Bogor dan Universitas Indonesia sehingga menghasilkan sebuah surat keputusan dibentuknya Fakultas Pertanian pada tanggal 17 Agustus 1962. Ditahun berikutnya

pada tanggal dan bulan yang sama sesuai dengan keputusan SK Menteri terbentuklah juga fakultas baru yaitu Fakultas Ilmu Pasti dan Ilmu Alam (FIPIA). Pembentukan ini diinisiasi oleh Gubernur Sulawesi Selatan pada waktu itu yaitu bapak A. Pangerang Pettarani. Selanjutnya pada tanggal 4 Mei 1964, yang menandai lahirnya kembali fakultas baru di Universitas Hasanuddin yaitu Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan (FKHP). Lahirnya Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan hasil dari pengintegrasian dari Fakultas Kedokteran Hewan dan Peternakan di Makassar yang bersifat swasta oleh Syamsuddin Dg Mangawing. Fakultas Kedokteran Gigi adalah hasil pengintegrasian dengan pihak swasta yang pada awalnya adalah Institute Kedokteran Gigi Yos Sudarso yang bersifat swasta. Namun pada tanggal 23 Januari 1969, pihak universitas menjalin kerjasama dengan TNI-AL sehingga melahirkan Fakultas Pendidikan Kedokteran Gigi ini. Fakultas selanjutnya dibentuk oleh Universitas Hasanudin ialah Fakultas Kesehatan Masyarakat (FKM) yang menjadi Fakultas Kesebelas.

Awal mulanya Fakultas Kesehatan Masyarakat ada tahun 1982 yang saat itu dikhususkan untuk lulusan diploma tiga saja yang ingin melanjutkan pendidikannya menjadi Strata Satu (S1). Baru di tahun 1987 Fakultas Kesehatan Masyarakat mulai menerima lulusan SMA. Pada tahun 1988, Universitas Hasanuddin kembali membentuk fakultas baru yaitu Fakultas Ilmu Kelautan. Pembentukan fakultas baru ini hasil dari perwujudan pengembangan Pola Ilmiah Pokok (PIP). Berhubung fakultas ini bersifat kelautan maka digabungkan lah jurusan perikanan dan menghasilkan SK baru tentang Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan pada tanggal 29 januari 1996. Pada Dies Natalis yang ke – 25, 17

September 1981 Presiden RI Soeharto meresmikan Kampus Tamalanrea yang pada awalnya dirancang oleh Paddock Inc., Massachusetts, AS dan dibangun oleh OD 205, Belanda yang bekerjasama dengan PT. Sangkuriang Bandung di atas tanah seluas 220 Ha

Gambar 4.1. Universitas Hasanuddin



Sumber : Google Maps 2023

4.2 Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Fakultas Tata Praja Universitas adalah sebutan lain dari Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik resmi berdiri 17 Agustus 1945 yang didirikan oleh Mr. Tjia Kok Tjiang (Alm.) di Ujung Pandang. Fakultas Tata Praja (*Public Administration*) tersebut merupakan yang pertama didirikan di Kawasan Timur Indonesia.

Gambar 4.2 Dok. FISIP Unhas



Sumber: Data Sekunder, 2023

Seiring perkembangannya, Fakultas Tata Praja tersebut ingin dilebur ke dalam Fakultas Ekonomi Unhas yang direncanakan menjadi salah satu jurusan yang ada dan dapat dibuka pada tahun kuliah 1959 – 1960 akan tetapi disebabkan berbagai kesulitan teknis yang dihadapi sehingga realisasinya tidak dapat dilaksanakan. Sebagai tindak lanjut *Follow up*, dari rencana itu diupayakan lagi pelaksanaannya agar fakultas ini dimasukkan ke dalam lingkungan Unhas sebagai fakultas yang berdiri sendiri sesuai keinginan semula dari pelopor pendirinya.

Harapan semula direncanakan dapat terealisasi pada tanggal 10 September 1960 bertepatan dengan perayaan Dies Natalis IV Unhas pada waktu yang mana direncanakan pula peresmian berdirinya Fakultas Sastra dan Filsafat serta Teknik. Akan tetapi karena banyaknya kendala teknis maka barulah terlaksana melalui SK Menteri P.P & K dengan Surat Keputusan pada tanggal 30 Januari 1961 No.: A.4692/U.U.41961, terhitung mulai tanggal 1 Februari 1961.

Dengan peresmiannya itu, maka mahasiswanya pun dialihkan menjadi mahasiswa negeri dengan beberapa ketentuan (syarat) yaitu harus menempuh ujian Negara yang diselenggarakan oleh satu panitia yang dibentuk oleh Menteri P.P & K yang beranggotakan terdiri atas Dosen-Dosen Unhas. Perlu diketahui bahwa dalam rangka usaha peresmian/penergian perguruan tinggi dan perkembangan pada umumnya dan FISIP pada khususnya, telah turut serta memberikan bantuan yang besar sekali artinya bagi perkembangan pendidikan dapat disebutkan antara lain Pangdam XIV Hasanuddin (sekarang bernama Pangdam VII Wirabuana) waktu itu Bapak Brigjen. M. Yusuf (mantan Menhankam Pangab dan Ketua Bepeka RI),

Bapak Andi Pangeran Pettarani (Gubernur pada saat itu), dan beberapa pejabat tinggi lainnya.

Terhitung 1 Januari 1983 sejalan dengan perubahan Struktur UNHAS yang dilaksanakan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 1980 dan KEPRES. No. : 62/1982, Program Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial yang dahulu bersumber dari Fakultas Ilmu Sosial Politik dikembangkan dalam satu fakultas dengan nama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terdiri dari 7 prodi antara lain Ilmu Administrasi Negara, Ilmu Hubungan Internasional, Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik, Sosiologi, Ilmu Komunikasi, Antropologi. Berdasarkan PP. No. 5/1980, Jurusan Administrasi Negara berubah menjadi Departemen Ilmu Administrasi dengan Program Studi Administrasi Publik oleh karena itu Program Studi Sarjana Administrasi Publik berada dalam naungan Departemen Ilmu Administrasi. Program studi ini merupakan yang tertua di lingkungan FISIP Unhas.

Departemen Hubungan Internasional berdiri pada tahun 1980 dan pada awalnya diintegrasikan ke dalam Departemen Ilmu Politik dan Pemerintahan akan tetapi pada tahun 2007, Departemen ini menjadi Departemen tersendiri. Berdirinya Departemen Hubungan Internasional didasari oleh tuntutan para pemangku kepentingan, khususnya Departemen Luar Negeri Republik Indonesia, untuk memenuhi tenaga profesional guna mendukung pelaksanaan diplomasi Indonesia. Prodi atau Departemen Sosiologi adalah departemen tertua ketiga di FISIP sesudah Ilmu Administrasi Publisistik (sekarang Ilmu Komunikasi). Cikal bakal dari

Departemen Sosiologi adalah jurusan Ilmu Kemasyarakatan Fakultas Hukum Unhas.

Di bawah Departemen Ilmu Politik terdapat tiga program studi yaitu Program Studi Sarjana Ilmu Politik (S1), Program Studi Magister Ilmu Politik (S2), dan Program Studi Doktor Ilmu Politik (S3). Program Studi S1 Ilmu Politik telah terakreditasi “A” berdasarkan Sertifikat Nomor : 2084/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018 yang berlaku sampai 1 Agustus 2023. Program Studi Ilmu komunikasi sebagai bagian integral dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, dibuka secara resmi di Universitas Hasanuddin berdasarkan Surat Keputusan Menteri P&K RI Tanggal 30 Januari 1961 Nomor A/4692/U.U/5/1961, mengenai ketentuan pengintegrasian Perguruan Tinggi Tata Praja (Public Administration) dan dari Perguruan Tinggi Pers & Publisistik Sulawesi, yang sebelumnya didirikan di Makassar oleh sebuah Yayasan atas dorongan dan bantuan penuh Panglima Brigjen M.Yusuf. Selanjutnya kedua perguruan tinggi ini membuka dua jurusan/program studi dengan nama: (1) Jurusan Administrasi Negara (Public Administration), dan (2) Jurusan Publisistik yang di kemudian hari berubah nama menjadi Program Studi Ilmu Komunikasi. Kedua program studi selanjutnya dinilai sebagai tonggak sejarah berdirinya Fakultas Sosial Politik (Sospol) yang berada di bawah lembaga pendidikan tinggi Universitas Hasanuddin.

Secara administratif Program Studi Antropologi berada di bawah naungan FISBUD. Tahun 1983 kebijakan penggabungan tiga fakultas (FISBUD) tersebut ditinjau kembali dan hasilnya masing-masing fakultas berdiri sendiri sebagaimana

sebelumnya. Antropologi pun kembali berada di bawah naungan Fakultas Sastra. Berdasarkan SK Mendikbud No. 0174/0/1983 tanggal 14 Maret Jurusan Antropologi yang sebelumnya berada di bawah naungan Fakultas Sastra dialihkan pengelolaannya ke Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) Unhas. Pada Pertengahan tahun 1983 itulah disiplin antropologi sebagai salah satu jurusan di FISIPOL mulai dikembangkan.

Tabel 4.2 :

Distribusi Program Studi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

FAKULTAS	PROGRAM STUDI
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Ilmu Administrasi Negara
	Ilmu Hubungan Internasional
	Ilmu Pemerintahan
	Ilmu Politik
	Sosiologi
	Ilmu Komunikasi
	Antropologi

Sumber: *LPMI Daftar Akreditasi Fakultas Unhas 2023*

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Informan

Karakteristik informan bertujuan untuk menguraikan atau memberikan gambaran sederhana tentang hal-hal yang berkaitan secara personal individu seperti usia, pekerjaan, alamat dan agama. Terdapat tujuh orang mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian terkait fenomena perilaku *Flexing* harta di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Rentang umur dari masing masing informan tidak jauh hanya berkisar antara 2-3 tahun. Informan terdiri dari enam orang perempuan dan satu orang Laki-Laki. Latar belakang kepercayaan agama dari semua informan adalah Islam, walau demikian informan berasal dari domisili yang berbeda-beda.

Dalam proses wawancara informan, peneliti telah mewawancarai sebanyak tujuh orang dari berbagai Fakultas di Universitas Hasanuddin, kemudian setelah mengolah data maka semua hasil wawancara digunakan dalam penelitian ini, jawaban yang didapatkan telah menjawab rumusan masalah dan sebagian besar dari informan memberikan jawaban yang hampir sama. Semua informan tersebut terpilih karena telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti serta bersedia untuk diwawancarai secara sadar mengenai topik penelitian yang ada. Berikut adalah penggambaran secara general tentang latar belakang masing masing informan :

1) AM (22 Tahun)

AM merupakan informan yang berusia 22 tahun yang saat ini sedang aktif berkuliah di satu sisi juga bekerja di perusahaan dagang keluarga. AM adalah salah satu informan yang berasal dari prodi Hubungan Internasional dan sekarang sedang menjalani semester 8. Sejauh yang diketahui latar belakang informan berasal dari keluarga kalangan ekonomi menengah keatas. Secara visual baik langsung maupun yang di *Posting* ke media sosial informan sering sekali menggunakan berbagai macam perhiasan emas baik berupa cincin, kalung, gelang dan sebagainya. Informan memiliki berbagai barang yang terbilang mewah dan cukup mencolok untuk digunakan dalam keseharian.

2). RA (22 Tahun)

RA merupakan informan yang berusia 22 tahun, diketahui informan ini memiliki aktivitas lain selain berkuliah yakni bekerja sebagai manajer pemasaran di perusahaan yang cukup bergengsi terkait valuta asing atau *Money Changer*. Informan memiliki banyak barang *branded* berupa tas Wanita yang warna selalu diselaraskan dengan outfit yang dikenakan. Selain itu informan seringkali menghabiskan waktu luang dengan berlibur ke beberapa negara di Eropa dan Timur Tengah. Saat ini informan tengah menempuh pendidikan semester 8 di prodi Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin.

3) IN (22 Tahun)

IN adalah seorang mahasiswa yang berusia sekitar 22 tahun yang berasal dari prodi Ilmu Pemerintahan sekaligus saat ini bekerja sebagai komisaris di perusahaan sendiri yang bergerak dibidang agensi media. IN terlihat sangat modis

dalam berpenampilan dan senang berbelanja. Informan memiliki kebiasaan bersantai (nongkrong) di dalam cafe yang berada di beberapa *Mall* sembari menghabiskan waktu dengan berbelanja setelahnya.

4) AL (23 Tahun)

AL merupakan mahasiswa dari prodi Sosiologi yang juga bekerja di toko keluarga yakni usaha konveksi baju sekolah yang cukup besar, Informan tersebut seringkali menunjukkan harta benda maupun aktivitas yang serba mewah di media sosial, mulai dari tumpukan lembaran uang maupun makanan khas restoran dengan harga yang cukup mahal. Perilaku *flexing* informan teridentifikasi ketika dilihat secara langsung dan diakuinya dengan maksud memajukan bisnis.

5) AS (20 Tahun)

AS memiliki status sebagai seorang mahasiswi yang memiliki latar belakang Ekonomi yang mumpuni. AS telah berpenghasilan dan bekerja sebagai *MC*, Penyanyi, sekaligus *Endorsement* maka tidak heran seringkali informan beraktivitas secara mewah baik dari yakni cara berbusana maupun tempat makan. Kini AS tengah menempuh pendidikan di prodi Sosiologi sebagai mahasiswi aktif.

6) TF (20 Tahun)

TF adalah seorang mahasiswa dari prodi Sosiologi. Informan diketahui seringkali mem-*posting* berbagai makanan mewah serta tempat *hang-out* nya baik dalam bentuk status, *Story* maupun *Highlight*. Tf adalah mahasiswa yang hobi bermain *game* dan jalan jalan ke berbagai tempat.

7) NA (21 Tahun)

NA merupakan seorang mahasiswa dari prodi Ilmu Komunikasi. Informan sangat aktif di dalam Parlemen Pemerintahan, Saat ini tengah menjalani magang. Selain itu NA memiliki pakaian yang sangat modis bersama dengan beberapa perhiasan yang sering dikenakan. Informan menggunakan kendaraan mewah setiap kali ingin ke kampus dan memilih tempat makan dengan harga mahal untuk nongkrong bersama temannya. Informan sangat aktif dan sering diundang menjadi *speaker* di beberapa tempat.

Tabel 5. 1 Daftar Informan Penelitian

	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Agama	Jurusan	Alamat
1.	AM	Perempuan	22	Islam	Hubungan Internasional	Jln Tanjung Bunga
2.	RA	Perempuan	22	Islam	Hubungan Internasional	Jln. Pettarani
3.	IN	Perempuan	22	Islam	Ilmu Pemerintahan	Jl. Perintis Kemerdekaan Sudiang
4.	AI	Laki – Laki	23	Islam	Sosiologi	Jln Muhammadiyah
5.	AS	Perempuan	20	Islam	Sosiologi	Maros
6.	TF	Perempuan	20	Islam	Sosiologi	Gowa
7.	NA	Perempuan	21	Islam	Ilmu Komunikasi	Jln.Perintis Kemerdekaan

Sumber: Data Primer 2023

5.2 Fenomena *Flexing* Harta dikalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

5.2.1. Bagaimana fenomena *flexing* Harta dikalangan Mahasiswa

Fenomena perilaku *flexing* harta melalui media sosial yakni WhatsApp, Facebook dan Instagram dapat dipahami dengan metode pendekatan fenomenologi melalui banyak investigasi secara mendalam tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, dalam hal ini mahasiswa itu sendiri, terhadap sebuah fenomena *flexing* harta yang bersifat realitas serta faktual. *Flexing* harta dikalangan mahasiswa khususnya di Fisip Unhas dijabarkan dari faktor faktor apa saja yang menjadikan perilaku *flexing* harta sebagai pengalaman, kesadaran, pemaknaan atau *Life World* informan tersebut. Bagaimana peristiwa *flexing* harta ditangkap oleh informan, dimana peneliti mengungkap atau menggali apa yang terjadi dan makna dari apa yang terjadi sehingga menghasilkan serangkaian keputusan individu mahasiswa dalam keputusan atau tindakannya itu. Dengan kata lain mencari tahu arus kesadaran, dan menafsirkan apa yang melandasi aksi *flexing* harta dikalangan mahasiswa .

A. Awal mula mengenal *Flexing* harta

Narasi yang dilontarkan oleh informan kebanyakan mengakui bahwa mereka mulai fokus memperhatikan dan melakukan perilaku *flexing* harta seperti menggunakan barang-barang mewah dengan beberapa merek ternama dalam berpenampilan, mengkonsumsi produk-produk mahal, serta sering menghabiskan waktu di tempat tempat bergengsi untuk kemudian di *upload* di media sosial sejak berada dibangku perkuliahan, lebih tepatnya dalam *range* waktu sekitar dua atau

tiga tahun terakhir. Hal ini dibuktikan berdasarkan pemaparan informan sebagai berikut:

“Iya denger dari media, soalnya sering akhir akhir ini kan, Baru sih, emm,, mulainya itu tepatnya itu akhir tahun 2022 kemarin, sudah setahunan”

(Wawancara **AM**, 20 Juli 2023)

Seperti yang disampaikan oleh informan AM bahwa ia ternyata baru saja mengenal dan menyadari kebiasaan hidup mewah yang di-*share* ke dunia maya adalah perilaku *flexing* harta setelah melihat masyarakat ramai membicarakan fenomena tersebut di media sosial belakangan ini. lebih tepatnya di akhir tahun 2022, pendapat lain yang hampir serupa dilontarkan oleh informan kedua sebagai berikut :

“Berarti hitungannya kalau dari semester 2 udah belanja sendiri, brarti itu masih awal awal maba Iya betul masih dapat kuliah offline yang awal pandemik,”

(Wawancara **RA**, 20 Juli 2023)

Informan RA pertama kali memulai perilaku *flexing* harta ini semenjak awal pandemik *Covid-19*, lebih tepatnya terhitung ketika ia sedang menjalani semester 2 perkuliahan, yang berarti sekitar 2-3 tahun yang lalu. Pemahaman tentang apa itu *flexing* harta sekiranya dipahami secara baik oleh informan sebelum adanya identifikasi terhadap perilakunya itu sendiri, seperti pemaparan informan NA dibawah ini :

“Bagi saya barang mewah itu adalah barang yang membutuhkan effort lebih untuk mendapatkannya baik dari segi materi maupun tenaga yang dikeluarkan untuk menggapainya. Flexing memang menjadi sesuatu hal yang sedang tren belakangan ini berawal dari sosial media, membuat tren hedonisme mulai bermunculan. fenomena ini sebenarnya cukup banyak terlihat dengan jelas bagi

kalangan masyarakat kelas atas dan biasanya yang paling mudah teridentifikasi melakukan Flexing adalah pejabat. Menurut saya juga gak hanya pejabat dan kalangan atas yang pada dasarnya bergelimang harta, tetapi generasi muda diluaran sana juga banyak yang melakukan Flexing baik secara sadar ataupun ga sadar. Flexing bagi saya tak selalu tentang seberapa mahal itu, tapi bagaimana orang mencoba menonjolkan memamerkan sesuatu yang dimilikinya kepada khalayak. Flexing pun bagi saya ada 2 sisi yang bisa dilihat, ada yang memang pada dasarnya ditujukan atas dasar ingin membangun citra dirinya sendiri agar terlihat di publik ada juga biasanya hanya batas apresiasi. Tapi kembali lagi dari POV kita masing-masing bagaimana kita menilai suatu fenomena yang terjadi itu”.

(Wawancara NA, 20 Juli 2023)

Tabel 5.2 Matriks Awal Mula Mengenal Flexing Harta

Awal Mula Mengenal <i>Flexing</i> Harta	Penjelasan
2-5 Tahun terakhir	<i>Flexing</i> harta mulai dikenal dan dipahami akhir-akhir ini dikarenakan fenomena tersebut ramai menjadi <i>perbincangan</i> di media sosial. Perilaku <i>flexing</i> harta ditunjukkan oleh para pemangku kekuasaan dan orang-orang yang berada di kelas atas secara ekonomi, hal ini dapat diidentifikasi dengan ciri khas kehidupan mewah oleh para pelaku.

B. Sumber harta dari *Flexing* harta

Harta sama dengan arta, aset, benda, kekayaan, kemewahan, mal, pusaka, dan substansi uang. Pada hakikatnya harta adalah wujud konkrit kepemilikan yang mengandung nilai ekonomis dan dapat diarahkan kepada perkara legalitas menurut aturan sebagai bentuk modal bisnis, pinjaman, konsumsi, hibah, dan sebagainya. Informan yang melakukan perilaku *Flexing* harta umumnya menjadikan akumulasi harta kekayaan yakni materi, maupun barang-barang serta otomotif mewah diperoleh sendiri serta merupakan hak milik pribadi ini didukung oleh beberapa jawaban informan sebagai berikut :

“Sudah pribadi sih kak sejak kerja itu sudah memang.. biar tidak membebani orang tua jadi saya pikirnya yaudah semuanya tanggung sendiri aja kan lebih baik gitu kak”

(Wawancara **IN**, 20 Juli 2023)

Informan **IN** menyatakan bahwa perilaku *flexing* hartanya selama ini bermodalkan barang-barang kepunyaan pribadi yang didapatkan semenjak ia telah mampu berpenghasilan sendiri. Hal ini senada dengan pernyataan informan **RA** dan **AM** yang dijelaskan pada hasil wawancara seperti dibawah ini :

“Jadi sebenarnya itu saya dari semester 2 semester 2 itu sudah tidak di biaya-in sama orang tua, kalau biaya sehari hari dirumah iya, trus kuliah untuk keperluan keperluan pasti iya, tapi untuk jajan itu sendiri sudah tidak dibiayai sama orang tua sejak semester dua jadi saya itu full biaya sendiri karena keputusan itu saya sudah kerja lebih tepat nya independent... terus kalau masalah aku sering keluar keluar negeri itu di Highlight itu beberapa karena kerjaan juga”

(Wawancara **RA**, 20 Juli 2023)

Informan **RA** memaparkan bahwa *flexing* harta seperti ketika jajan atau konsumsi barang tertentu juga jalan-jalan ke berbagai negara yang di *Highlight* ke

media sosialnya beberapa berasal dari hasil jerih payahnya sendiri dan beberapa karena dibiayai perusahaan tempatnya bekerja, dalam hal ini perilaku *flexing* harta terhitung diluar dari urusan perut atau domestik yang masih ditanggung oleh orang tua, sedangkan pernyataan lain dari informan AM yakni :

“Kebetulan mobil pribadi, Bawa mobil sih, tapi kalau ujan gila, macetnya itu loh Iya, jauh banget, makanya kalau ke kampus butuh kek niat dulu”

(Wawancara **AM**, 20 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa informan AM ternyata telah mampu membeli mobil pribadi bukan dari orang tua dan keluarga, namun, berbeda dengan informan AL yang mengakui sumber *flexing* hartanya Sebagian berasal dari pihak keluarga. Seperti yang dikutip pada wawancara berikut:

“Kalau dari mana.., sebenarnya ada dari keluarga sama pribadi.. kalau kayak handphone itu dari orang tua, sedangkan yang kek perlengkapan pribadi itu saya sendiri ji, untuk nongkrong apa toh”

(Wawancara **AL**, 20 Juli 2023)

Gadget yang dimiliki informan berasal dari pemberian orang tua dalam artian barang tersebut juga telah berpindah kepemilikan untuk anaknya itu, walau demikian perlengkapan konsumsi pribadi, dan ketika informan kumpul bersama teman teman tetap saja menghabiskan uang yang ada di dompet sendiri.

Tabel 5.3 Matriks Sumber Harta dari Flexing harta

Sumber Harta dari <i>Flexing</i> harta	Penjelasan
Kepemilikan Pribadi	Harta yang merupakan kepemilikan pribadi adalah yang didapatkan dari hasil keringat sendiri. Dalam artian

Sumber Harta dari <i>Flexing</i> harta	Penjelasan
	orang tersebut melakukan <i>Flexing</i> harta dengan barang barang yang bersumber dari penghasilan kerja atau usaha sendiri. kemudian harta tersebut dibawah hak milik si pelaku dari awal atau telah berpindah tangan.
Kepemilikan orang lain	Adalah harta yang bukan berada diatas hak milik pribadi, bisa jadi milik umum dari orang tua, maupun kerabat. <i>Flexing</i> harta dapat berasal dari pinjaman.

C. Bentuk *Flexing* harta

Flexing harta dapat diidentifikasi dari ciri-ciri perilaku individu baik secara verbal maupun visual yang senang dengan kemewahan atau pola hidup yang dianggap memiliki prestise tinggi secara Ekonomi di masyarakat, kepemilikan harta yang kemudian dengan sadar diperlihatkan pada publik tersebut melekat bahkan ter-internalisasikan dalam aktivitas keseharian, inilah yang dalam sosiologi dinamakan *prestise-simbol (status symbol)*. Semua informasi yang didapatkan yakni mahasiswa yang melakukan *Flexing* harta berinteraksi juga berkomunikasi melalui media sosial dengan menampilkan wujud hedonisme seperti mengenakan

atribut atau berutinitas secara visual. Hal ini divalidasi oleh jawaban informan sebagai berikut :

“Kalau nongkrong untuk sekarang ini ada temanku baru buka, buka kayak warung makan gitu, Namanya Matchday ke rumah makan daging, disitu sih kalau kumpul kumpul kalau nggak ya ngikutin teman aku sih di anomaly”

(Wawancara **AM**, 20 juli 2023)

“Iya, beragam, kalau saya sering di mall ratulangi sekalian langsung makan juga, kalau sekitaran kampus jarang sih, dan kalau belanja Sebenarnya aku tergantung, kalau aku liat barang yang lucu tapi kalau memang ada harga gitu pasti konteksnya lebih bagus”

(Wawancara **IN**, 20 Juli 2023)

Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui kedua informan sering menghabiskan waktu di tempat tempat bergengsi, informan AM sering berada di sebuah rumah makan daging dan sebuah café dengan fasilitas nyaman dan lengkap, yang masuk dalam klasifikasi tempat menjual makanan dan minuman yang harga konsumsinya memang ditujukan untuk kelas Ekonomi menengah keatas, begitupun dengan informan IN yang sering berada di pusat perbelanjaan besar hanya sekedar makan dan nongkrong. Selain daripada itu hal serupa diungkap oleh informan RA yakni :

“Kalau lagi nunggu kelas gitu kan di RPP, kek kafe semi restoran gitu disana jualan nasi goreng, kalau tidak di ini..di MCD daya ya, Kalau kafe saya paling sering di gramatologi sih atau nggak anomaly, kalau misalkan fashion merasa cocok belanja online, kalau offline saya itu jarang belanja di Makassar jadi semisal kalau lagi diluar kota baru belanja disitu man”

(Wawancara **RA**, 20 Juli 2022)

Informan RA juga sering makan di restoran *fast-food* dengan harga makanan yang cukup mahal hanya untuk mengisi waktu kosong dan menunggu kelasnya dimulai.

Selain itu *Flexing* harta dengan pengenalan berbagai produk barang dan merek otomotif yang terkesan *glamour* dijelaskan juga oleh informan AL dan AM seperti berikut ini :

“Kalau mobil ada Pajero, hp ku yah itu mi tadi Iphone, alhamdulillah tas asli, ori LV ”

(Wawancara **AI**, 20 Juli 2023)

Naik mobil ke kampus, mobil yang kecil Daihatsu xenia, kalau dari tas ini sagitarius, Lv dan kurang harpal singh, kalau HP iya Iphone, iya jadi ada yah kek kemarin itu aku dapat kabar dari temanku, kemarin kan aku mengupload foto aku yang ulang tahun trus aku dihadiahi Ipad trus dia kek terlalu berlebihan hahaha.

(Wawancara **AM**, 20 Juli 2023)

Tabel 5.4 Matriks Bentuk *Flexing* harta

Bentuk <i>Flexing</i> Harta	Penjelasan
<p>Gaya Hidup</p> <p>Seperti :</p> <p>Rumah makan : Meat day, Anomaly, Warung Ropang Perintis, Mcdonald, Starbucks, Crematology, Mall Ratulangi, Miniso Dst.</p>	<p>Gaya hidup adalah pola perilaku yang menjadi kebiasaan. Pelaku <i>Flexing</i> harta dalam hal ini mencolok ke arah gaya hidup hedonisme. Hal ini bisa dilihat dari tempat menghabiskan waktu luang yakni tempat makan, tempat berbelanja dan sebagainya.</p>

	<p>Lokasi yang dituju secara arsitektur bangunan memiliki prestise harga dan lawan interaksi yang menjurus pada strata kelas penikmat, feodalisme atau kelas atas yang memiliki desain dan harga yang mahal juga.</p>
<p>Barang <i>branded</i></p> <p>Seperti :</p> <p>Tas : Louis Vuitton, Gucci, Sagitarius, I-Phone, I-Pad dan Perhiasan Emas Dst.</p>	<p>Barang <i>branded</i> yang dinilai layak dan pantas digunakan oleh orang dengan kemampuan Ekonomi yang tinggi dikarenakan barang <i>branded</i> adalah merek ternama yang memerlukan effort, serta biasanya dirancang khusus dengan harga jual sangat fantastis untuk didapatkan.</p>
<p>Otomotif Mewah</p> <p>Seperti :</p> <p>Motor : PCX Dst.</p> <p>Mobil : Pajero, Daihatsu Xenia Dst.</p>	<p>Sedangkan otomotif mewah adalah kendaraan umum, baik yang didarat seperti motor dan mobil, di laut seperti kapal maupun di langit seperti pesawat dengan nilai jual yang tinggi</p>

D. Pendorong perilaku *Flexing* harta di media sosial

Berbagai alasan atau latar belakang dapat menjadi pemicu seseorang melakukan perilaku *Flexing* harta yang kemudian mampu diarahkan pada konotasi positif maupun negatif dalam membangun persepsi dan diri individu. Konotasi positif *Flexing* harta cenderung mengimpressi orang lain dan bermanfaat secara timbal balik sedangkan *Flexing* harta dalam kondisi negatif cenderung merugikan sebelah pihak atau orang lain.

Faktor yang mendorong seseorang melakukan perilaku *Flexing* harta antara lain ingin menempati status sosial tertentu, ingin mencari pasangan, membangun *personal branding*, strategi *marketing*, narsistik, tekanan dan sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara mendalam semua respon informan menjadikan *Flexing* harta dominan menjurus kearah konotasi positif seperti yang dijelaskan informan RA sebagai berikut :

1. Mempertegas status dan peran dan orientasi pasangan

“Iya pasti.. karena platform utamanya manusia berkomunikasi berbasis online pasti itu dari media sosial kita first impression dari media sosial. seperti manda liat media sosial upload tan ku seperti itukan jadi manda menilai oh sisi itu gini gini... jadi itu misalkan ke personal branding pasti, kalau cari jodoh sih iya hehe tapi kalau personal branding setuju banget sih kalau medsos itu bisa jadi personal branding”

(Wawancara **RA**, 20 juli 2023).

Berdasarkan penjelasan informan RA diketahui bahwa platform media sosial yang digunakan untuk *Flexing* harta, ia gunakan untuk menciptakan personal branding dalam mempertegas status dan peran-nya selain itu juga dimanfaatkan secara personal dalam mencari pasangan. Informan merasa bahwa ketika ia

melakukan *Flexing* harta di media sosial dengan barang yang *branded* yang ia nilai cantik maka secara pribadi *value* yang dimiliki seorang individu akan meningkat.

2. Strategi *Marketing* (pemasaran)

“Iya saya upload begituan bukan semata mata tapi dengan tujuan itu biasa buat strategi marketing saya perkenalkan usaha di toko, artinya bisa sharing bagaimana manajemen bisnisnya pedagang dan untuk liat hasil usaha yang selama ini saya berproses”

(Wawancara **AL**, 20 juli 2023)

Maksud perilaku *Flexing* harta di media sosial yang dilakukan oleh informan AL ialah agar dapat mempromosikan produk-produk yang diperdagangkan yakni, konveksi pakaian dan peralatan sekolah yang ditujukan terhadap target pemasaran yakni *followers* (konsumen). Pernyataan tersebut didukung oleh hasil observasi peneliti yang terlihat jelas bahwa beberapa *postingan* seperti *Feed* dan *Story* informan AL banyak menggambarkan upaya untuk membentuk kepercayaan konsumen terkait kapabilitas dan kualitasnya semisal tumpukan uang ratusan di meja kerja, bill orderan dan sebagainya.

Tabel 5.5 Matriks Pendorong *Flexing* harta

Pendorong <i>Flexing</i> harta	Penjelasan
Mempertegas status dan peran dan orientasi pasangan	<i>Flexing</i> harta di media sosial menunjukkan kemampuan seseorang secara terang terangan tentang apa yang bisa didapatkan. utama-nya dalam

	stratifikasi dan validasi seseorang. Termasuk dalam hal mencari pasangan.
Strategi <i>marketing</i> (pemasaran)	Seringkali <i>Flexing</i> harta menjadi ajang unjuk gigi sekaligus promosi terhadap produk produk baik yang bergerak dalam bidang jasa dan dagang. Pemasaran merupakan cara untuk memperkenalkan produk kepada khalayak umum

5.2.2. Pembahasan Penelitian

Perilaku *Flexing* harta mahasiswa berdasarkan fakta dilapangan mampu berkembang serta dianalisis dengan pendekatan perilaku masyarakat tontonan yang diusung oleh Guy Debord, *Flexing* harta di media sosial oleh 7 informan yakni mahasiswa FISIP UNHAS sekiranya menciptakan beberapa pola sehingga mampu membentuk realitas semu dengan konten *Flexing* hartanya penjabaran nya di buat sebagaimana berikut ini :

A. Spectacle (tontonan) merupakan produksi utama (Commodity) masyarakat

Spectacle (tontonan) merupakan *main production of present day society* atau produksi utama yang dominan pada masyarakat post modernism saat ini. maka tidak heran banyak orang yang mempublikasikan perihal aktivitas kesehariannya sehingga dapat memicu berbagai resiko dan prasangka dari masyarakat media sosial yang menyaksikan walau demikian, konten perilaku *Flexing* harta terus saja

dilakukan, atau di produksi menciptakan siklus berulang dan menghasilkan produsen dan konsumen baru. Perilaku *Flexing* harta telah menjadi fenomena yang marak ditiru karena secara langsung maupun tidak langsung banyak Public Figure atau tokoh masyarakat yang membuatnya menjadi asupan utama demi menghasilkan profit semata. Sama halnya dengan mahasiswa yang terbilang sangat mampu dalam perEkonomian maka peluang ini tidak dilewatkan. Perilaku *Flexing* harta yang dijembatani oleh media diterapkan dengan mempelajari dari orang-orang yang tenar dan telah memulai terlebih dahulu. Hal ini dijelaskan oleh informan A1 dan RA sebagai berikut :

“Emm ini Vincent, yang kek mau sekali ka sama modelnya atau ngefans ka nah.. karena menurutku dia kekinian dan keren pki secara look”

(Wawancara **A1**, 20 Juli 2023)

Informan A1 mengaku bahwasanya dia terinspirasi dengan salah satu anak muda sukses kaya raya yang kekinian saat ini lagi *booming* di media sosial dan terbilang *fashionable*, A1 memiliki keinginan yang besar agar dapat mirip dengan idolanya tersebut. tidak hanya informan A1, Informan RA pun sepemikiran dan terpengaruh dengan perilaku salah satu artis terkemuka penjasaranya seperti berikut:

“Nagita slavina hehe.. follow, karena banyak yang bisa diambil dari dia selain cantik, fashionnya bagus atau manage keuangan jadi inspirasi juga kan emang nagita the best”

(Wawancara **RA**, 20 Juli 2023)

Informan RA sangat menyukai Nagita Slavina yang diketahui berasal dari keluarga kaya raya, Nagita Slavina adalah sosok artis yang senang berpenampilan mewah dengan harga fantastis hingga ratusan juta rupiah, perilaku *Flexing* harta

informan pun bisa dipengaruhi oleh apa yang disaksikannya, Informan bahkan mem-follow, update melihat serta menganalisis kelebihan dari tokoh kesukaanya itu. *Postingan* yang diunggah di media sosial biasanya memiliki beraneka macam rupa dan bentuk, secara umum berupa foto dan video akan tetapi mahasiswa yang melakukan *Flexing* harta bisa menampilkan konten yang lebih variatif lagi seperti pemaparan informan IN berikut :

“Terus kalau di IG tuh kalau upload Story itu bukan semata untuk share aja, kadang itu dijadikan Feed gitu, sengaja biar lebih menarik aja sih kak dan apaya.. emm biar orang juga pada seneng liatnya”

(Wawancara **IN**, 20 Juli 2023)

Seperti yang diungkapkan informan IN bahwa selain membuat cerita langsung (*Story*) di media sosial terkadang dia juga sengaja membuat *Feed* di instagram baik berupa video dan foto yang mampu tersimpan lama di akun media sosial. *Feed* tersebut, itu merupakan salah satu upaya informan agar para penonton konten atau pengikutnya bisa lebih tertarik melihat aksi *Flexing* hartanya. Bukan hanya itu ternyata informan AT juga sering melakukan *Flexing* harta dengan cara *self mirror* atau mengabadikan foto diri dengan pantulan cermin agar supaya dia dapat berbagi momen kepada orang yang menyaksikan hal itu, sebagaimana dia sering mendapatkan perlakuan serupa di medsos berikut yang dikatakan informan AT :

“Kayak self mirror, pernah sih, selalu kak, Story kak karena saya suka liat Story Storynya orang kak terus kayak kita juga bisa berbagi momen-momen ke orang-orang”

(Wawancara **AT**, 21 Juli 2023)

B. Konsumsi masyarakat terhadap media

Kehadiran media sosial di tengah masyarakat memungkinkan terjadinya interaksi yang dianggap sebagai sebuah realitas. Media sosial adalah alat instan yang bisa membuat gambaran dunia nyata ditransmisikan melalui jaringan internet secara virtual kemudian digarap oleh berbagai macam platform, dalam penelitian ini antara lain Instagram, Facebook dan juga WhatsApp. Pada poin intinya media sejatinya digunakan untuk berkomunikasi baik secara verbal maupun simbolik hal ini didukung oleh pernyataan informan RA seperti berikut :

“Artinya fiturnya lebih mendukung, karena lebih gampang sih interaksinya menurut aku kalau Instagram, iyaa, banyakan juga yang ditemani komunikasi mereka punya WA, FB dan Instagram juga lebih gampang aja komunikasinya”

(Wawancara **RA**, 20 Juli 2023)

Informan RA menyatakan bahwa dia mengkonsumsi media tersebut tidak lain untuk memudahkan informan melakukan komunikasi dengan kenalan, lebih lanjut pernyataan informan IN tampaknya juga mempertegas tentang relasi yang mampu terjalin dengan penggunaan fitur *Feed* di instagram, teruntuk konsumsi platform Whatsapp informan mengaku memiliki banyak interaksi yang lebih intim secara interaksi kekeluargaan berikut penjelasannya :

“Karena lebih banyak fiturnya kalau di IG, networknya kan udah ada tuh trus orang orang nya tu kek disitu kalau di WA kan lebih banyak kenalan keluarga kek gitu, trus kalau di IG tuh kalau upload Story itu bukan semata untuk share aja, kadang itu dijadikan Feed fitur”

(Wawancara **IN**, 21 Juli 2023)

Interaksi yang terjadi di media sosial oleh semua informan menunjukkan adanya kecenderungan kepada dua platform saja, yakni WhatsApp dan Instagram walau demikian Facebook juga masih menjadi wadah *Flexing* harta akan tetapi intensitas penggunaan dapat dikatakan kurang atau jarang sesuai dengan pernyataan informan TF di bawah ini :

“Iya punya kalau FB jarang aktif terakhir tahun 2019, karena facebook sudah lama sih, terus soalnya seperti sama aja sih kalau kita dengan Instagram”

(Wawancara **TF**, 20 Juli 2023)

Hal serupa dijelaskan oleh informan AM bahwa, WhatsApp menjadi konsumsi aplikasi yang paling di prioritaskan dibanding Instagram dan facebook oleh informan dijadikan sebagai alat komunikasi serta mencari hiburan yakni sebagai berikut :

“Paling WA dan IG sih tapi yaa mostly WA sih, Soalnya Komunikasi intens ya di WA temen temen kerjaan, keluarga semuanya di WA Sih.. IG paling untuk mencari hiburan”

(Wawancara **AM**, 21 Juli 2023)

C. Adanya hubungan konsumsi-konsumer dan masyarakat media

Realitas sosial yang dimunculkan dalam konten *Flexing* harta ialah adanya semacam kewajiban untuk memperlihatkan kepada publik yakni masyarakat media tentang kepemilikan harta yang ada. Dalam realita *Flexing* harta mahasiswa, ditunjukkan adanya perbedaan terkait cara memanfaatkan materi (uang). Dalam konten *Flexing* harta di media sosial mahasiswa memutuskan kemampuan finansial disalurkan terhadap wujud kebiasaan yang serba mewah. Dalam konten *Flexing* harta itu ditunjukkan bahwa kehidupan mahasiswa sangat enak karena bergelimang harta. Seolah-olah adanya tolak ukur kesuksesan yang valid bila seorang remaja

dewasa dengan status mahasiswa bisa berpenampilan atau menghabiskan waktunya dengan hal hal yang *glamour* demikian. Hal ini memperlihatkan bahwa *Flexing* harta mencerminkan bagian dari masyarakat tontonan, yang mana mereka tidak hanya menjadi penonton dalam sebuah ruang pertunjukan visual yang massif, tetapi dalam saat yang bersamaan mereka juga mempertontonkan dirinya secara eksternal. Dengan kata lain, menjadi subjek sekaligus objek tontonan.

Pelaku *Flexing* harta sendiri menjadi “pusat tontonan” bagi penontonya dalam hal ini yaitu keluarganya dan kerabat di media sosial. Disinilah peran “citra” dimainkan sedemikian rupa. Ketika objek tontonan beraksi maka tidak jarang memicu reaksi timbal balik baik berupa kritik, saran dan tanggapan dari penonton. Persepsi penonton terejawantahkan dan menciptakan hubungan secara tidak langsung melalui ketikan jari di *postingan* media sosial dari informan, Seperti yang dijelaskan oleh informan RA di bawah ini :

“Kebanyakan sih positif beberapa negative. kalau positif pasti banyak kalau semisal upload Story kek ada yang DM kek suka sama ini nya suka sama gaya nya, ada juga yang langsung komen beli bajunya dimana beli barang nya dimana jadi kita bisa di sharingkan kalau yang negative misalkan nge-upload di Story, kebanyakan karena ini sih karena salah paham gitu, salah paham dalam artian dikira lagi deket sama siapa terus dihujat tapi.. heheh..pokoknya dihujat karena lagi dikira deket sama siapa gitu, iyaaa, kalau ada negative begitu saya tinggalkan karena lucu jadi saya suka bercandain. Yang negative biasanya ada sekali ada banget, biasanya kalau gitu adik adik sih junior biasa ketahuan dari cara nge chat nya kek 2 tahun dibawahku 3 tahun dibawahku”

(Wawancara **RA**, 20 Juli 2023)

Informan mendapatkan respon dari salah satu masyarakat media atau yang biasa disebut dengan netizen yang sering menghujat informan dikarenakan salah

paham. informan dinilai sedang mencari perhatian atau sedang dekat dengan seseorang melalui *Flexing* harta yang di unggah tersebut, di sisi lain informan mendapatkan respon positif dari netizen yang kepo tentang produk produk yang dikenakan sehingga tidak jarang informan melakukan *sharing session* via DM yakni *chat* melalui platform Instagram. Lebih lanjut informan IN beranggapan :

“Kadang sih kakak ada yang julid jadi aku tuh kayak sering dibilangin kek apa kek berlebihan, jadi aku kalau mengupload itu mesti matang matang yang mana mau ku upload dan apa, lebih banyak yang kek sharing aku beli dimana, sharing pekerjaan, bagaimana aku bisa begini dan semaksimal aku jawab sih kak, ada juga kemarin yang mengaku kek ngehack gitukan pake akun aku sampai follow follow orang gitu”

(Wawancara IN, 21 juli 2023)

Berdasarkan pernyataan di-atas, terjadinya hubungan positif dan negatif antara Informan IN dengan penonton konten *Flexing* hartanya, seringkali penonton atau netizen melakukan julid dengan kata lain memandang sinis foto maupun video yang dia upload, konten dia dinilai terlalu berlebihan oleh netizen, yang paling parah adalah munculnya tindakan yang melanggar norma oleh salah satu netizen yakni meretas hingga bisa membuat akun palsu yang mengatasnamakan informan. Walau demikian ada juga netizen yang merespon positif seperti memantik pertanyaan terkait tempat beli produk dan juga *sharing* ilmu dalam pekerjaan yang dia geluti.

D. Masyarakat ingin menjadikan dirinya sebagai tontonan

Orang-orang sangat sering mempertontonkan diri mereka yang melakukan *Flexing* harta, *diunggah* sebagai konten dalam wujud komoditas kemudian dimanfaatkan guna mendapat validitas terhadap status yang dimiliki. *Flexing* harta

adalah bentuk pola perilaku yang ditunjukkan dari kenyataan yang terfragmentasi sehingga mampu menyusun kembali diri mereka ke dalam kesatuan baru sebagai sebuah ‘dunia palsu’ yang terpisah, dan hanya dapat ‘disaksikan’ di depan layar kaca gadget secara virtual. Walau demikian informan tetap menganggap penting melakukan-nya berikut pemaparan informan AT :

“Iya kak, kalau saya menurutku itu adalah pandangan pertamanya seseorang kak apalagi kalau semisal liatka.. first impression nya orang lah liatka”

(Wawancara, **AT** 20 Juli 2023)

Menurut informan AT secara sadar menjadikan dirinya tontonan di media sosial itu karena dia menilai bahwasanya pandangan pertama saat orang lain melihat dia adalah hal yang sangat penting, tidak hanya itu informan AM juga memberikan anggapan yakni :

“Palingan kalau aku pribadi sih, apa yang aku upload di sosial media itu sebenarnya untuk kayak yah.. untuk konsumsi public, ini porsi yang public bisa tau tentang aku sih gitu”

(Wawancara **AM**, 20 juli 2023)

Informan AM mengupload *Flexing* harta di media sosial tidak lain karena dia menyadari proporsi yang layak dan pantas disajikan untuk para penonton kartunya, informan sebagai aktor di jagat dunia maya tetap melakukan kontrol tentang apa yang dapat ditampilkan dan konsisten menampilkan hal yang demikian. Para informan bukan lagi menjadikan media sosial sebagai ruang pribadi, namun menjadikannya sebagai ruang publik. Bahkan mereka cenderung memanfaatkan media sosial sebagai fasilitator dalam penunjang gaya hidup, termasuk memamerkan kekayaan dan kemewahan. *Flexing* harta di media sosial secara

sukarela dilakukan karena terdapat benefit secara personal namun tidak dipungkiri juga ada kerugian yang terjadi. Dampak yang timbul seperti yang diterangkan oleh informan A1 yakni :

“Kerugian ada beberapa orang yang cuman nilai hasil saja dia lihat saya punya uang dan mewah ada omongan orang yang kabar burung ji dari mulut ke mulut, keuntungan bisa sharing ilmu perdagangan bagi yang mau sharing, dan tentunya lebih update dengan perkembangan”

(Wawancara A1, 21 Juli 2023)

Informan A1 pernah mendapatkan berita tidak menyenangkan terkait kabar yang beredar dari orang-orang yang disinyalir menyebarkan hoax dari perilaku *Flexing* harta yang dia pertontonkan akan tetapi di samping itu keuntungan yang didapatkan dia antara lain dapat sharing ilmu serta lebih dapat mengikuti perkembangan zaman seperti yang dilakukan masyarakat luas.

E. Tontonan memanipulasi nilai guna (*Use value*) dan kebutuhan

Mahasiswa Universitas Hasanuddin Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik memiliki sifat yang konsumtif baik mereka yang mempunyai uang saku yang lebih atau pun tidak, tetapi dalam hal konsumsi yang berlebihan mahasiswa, dominan dilakukan agar terlihat modis, rapi dan menarik. Informan lebih mementingkan berbelanja kebutuhan sekunder yang menunjang eksistensi penampilan dengan barang-barang yang digunakan dibandingkan kebutuhan primer yang mendorong Pendidikan seperti yang dijelaskan oleh informan IN :

“Iya, beragam, kalau saya sering di Mall Ratulangi sekalian makan juga, kalau sekitaran kampus jarang sih, dan kalau belanja

Sebenarnya aku tergantung, kalau aku liat barang yang lucu tapi kalau memang ada harga gitu pasti konteksnya lebih bagus, kalau ipk hehe ada sih kak eror beberapa dan sering telat kelas”

(Wawancara **IN**, 20 Juli 2023)

Dibanding singgah membeli buku seperti di Gramedia, barang barang yang terlihat lucu memiliki daya tarik tersendiri untuk dimiliki oleh informan ketika berbelanja di sebuah pusat perbelanjaan seperti *Mall Ratulangi*, sangat disayangkan diketahui juga nilai IPK informan tidak mencapai standar dengan kata lain eror di beberapa mata kuliah dikarenakan informan sering terlambat masuk kelas. Hal yang sama berlaku kepada informan RA seperti berikut :

“Kalau misalkan kek tas gitu, karena suka liat yang cantik gitu, merasa cocok dengan outfit, kalau kelas ini sih suka telat paling soalnya ada kerjaan juga”

(Wawancara **RA**, 21 Juli 2023)

Dalam Pendidikan nampaknya informan RA kurang dapat menentukan prioritas ini dikarenakan berdasarkan perannya sebagai mahasiswa informan RA mengaku sering terlambat dikarenakan pekerjaan tambahan di-luar kampus, ketika berbelanja pun dia sangat menyukai berbelanja tas-tas yang dinilai cantik serta lebih mementingkan *fashion* atau *outfit* yang dikenakan.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan, data yang dikumpulkan di lapangan menunjukkan bahwa perilaku *flexing* harta memiliki peluang besar dilakukan oleh mahasiswa dengan Ekonomi kelas menengah keatas. Finansial yang mumpuni baik dari hasil usaha sendiri maupun orang tua menjadi alasan utama mereka mampu melakukan *flexing* harta. Awal mula mahasiswa mengenal *flexing* harta dikarenakan adanya media sosial berupa Instagram, WhatsApp dan Facebook yang tengah ramai memperbincangkan hal tersebut. bentuk *flexing* harta mahasiswa ditampilkan secara visual dengan berbagai barang-barang *brand* mewah.

Flexing harta yang dilakukan mahasiswa biasanya didasari oleh adanya rasa ingin mempertegas status dan peran, orientasi terhadap pasangan, serta strategi marketing yang menunjukkan kesuksesan pekerjaan yang mereka geluti seperti *endorsement*, bisnis konveksi dan lain-lain. Perilaku *flexing* harta yang dilakukan oleh mahasiswa memiliki korelasi dengan teori masyarakat tontonan yang diusung oleh Guy Debord, bahwa *flexing* harta masa kini adalah *Spectacle* (tontonan) yang dijadikan komoditi atau produksi utama dalam masyarakat media. Adanya hubungan konsumsi-konsumer dan masyarakat media menjadikan *Flexing* harta terus terjadi dan menyebar hingga pelosok dunia bahkan ranah pendidikan. *Flexing* harta menjadikan diri mahasiswa itu sendiri sebagai objek utama yang dapat disaksikan sekaligus menjadikan mahasiswa mampu memanipulasi nilai guna (*Use*

value) kebutuhan primer yang seharusnya terjadi dalam persepsi dan perannya di masyarakat.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Diharap mahasiswa mampu lebih bijak dalam menanggapi setiap konten yang di-*posting* oleh *Public Figure*, utamanya yang mengandung muatan terkait perilaku *flexing* harta. *Flexing* harta yang berlebihan dan tidak sesuai dengan tempatnya seringkali memancing tindakan kriminalitas dan anggapan miring dari masyarakat. Maka dari itu mahasiswa sekiranya bisa memakai produk yang lebih sederhana dengan kualitas bagus, berpenampilan tidak menggunakan barang mewah yang terlalu mencolok, serta tidak sering mempublikasikan hal tersebut ke ranah publik.

2. Bagi masyarakat

Masyarakat seharusnya tidak serta merta menjadikan budaya perilaku *flexing* harta, dikarenakan *flexing* harta seringkali hanya mengutamakan nilai gengsi daripada kebutuhan yang lebih penting. *Flexing* harta perlu mempertimbangkan peran dan status yang diemban akan lebih baik jika kepemilikan harta tidak terlalu terlihat dan diarahkan pada kegiatan yang lebih bermanfaat seperti di tabung atau di sumbangkan untuk orang yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Mulyono. (2007). Pendidikan Bagi Anak Berkesulitan Belajar. Jakarta: Rineka Cipta
- Aprianto. (2017). *Konsep harta dalam tinjauan maqashid syariah*. Journal of Islamic Economics Lariba (2017). vol. 3, issue 2: 65-74
- Putri, Mumtazah & Agustin (2022). *The Influence Of Social Media On Flexing Culture Phenomenon In Indonesia Society*. Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan. Volume 3.
- Bakti, Anismar, & Amin. (2020). *Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen*. Jurnal Sosiologi USK, Volume 14 Nomor 1.
- Bayu Win, (2015), Ensiklopedia Rahasia Bisnis Online, Jakarta: Inspira Book.71
- Bungin, B. (2005). Metodologi penelitian kuantitatif. Depok: Prenada Media Group
- Cahyani, R, I. (2018) *Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar Tv Dalam Penyebaran Dakwah*, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (Lampung : Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, , hlm. 39, t.d.
- Cahyono. (2019). *Peran Mahasiswa Di Masyarakat*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi Volume 1 (1) Oktober
- Chandra & Mutiara (2022), Dampak Stimulus-Respon Konsumen Terhadap Maraknya Gaya Visual Iklan Flexing Produk Binomo Budi Setiawan. Jakarta. Jurnal Universitas Tarumanegara.

- Daryani, Wulandari, Yasin. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Prestasi Mahasiswa Fsm Universitas Diponegoro Semester Pertama Dengan Metode Regresi Logistik Biner. Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro 2013 ISBN: 978-602-14387-0-1
- Darmalaksana. (2022). *Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*. Gunung Djati Conference Series, Volume 8.
- Djamarah.S.B. (1994). *Prestasi belajar dan kompetensi guru*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Dzulfaroh, Ahmad Naufal; Nugroho, R. S. (2022). Apa Itu Flexing? Ramai Disebut di Media Sosial dan Apa Tujuannya? Diakses pada 6 September 2022 di <https://www.kompas.com/>
- Faturrahman & Sulistyorini. (2012). *Belajar dan Pembelajaran*. Yogyakarta: Teras, hlm 118
- Garkaz, M., Banimahd, B., & Esmacili, H. (2011). Factors Affecting Students' Performance: *The Case of Students at The Islamic Azad University*. *International Conference on Education and Educational Psychology*. 29, hal. 122 - 128. Elsevier.
- Goodstats.id. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022 di <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-Jpfd1>

Kasubdit Humas dan Informasi Publik Direktorat Komunikasi Universitas Hasanuddin. *Peraturan Rektor Universitas Hasanuddin tentang penyelenggaraan program sarjana*. Diakses pada tanggal 5 September 2022 di <https://akademik.unhas.ac.id/storage/dokumen/dokumen-1619400640-Passkey-Peraturan%20Rektor%20Penyelenggaraan%20Sarjana%20PDF.pdf>

Khayati, N. dkk. 2022. "Fenomena Flexing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural". *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 9(2), 113-121.

Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2017). *Survey*. Diakses pada bulan juni 2023. Di https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_360_3_187

Mahendra. (2017) Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*/Volume 16, No.01, Mei 2017: 151 – 160 153

Mayangsari. (2013). *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau Dari Penerimaan Orangtua*. *Jurnal Ecopsy*, Volume 1, Nomor 1

Martono, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo

Monavie Ayu Rizaty. "Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram. 2022. diakses pada 28 Oktober 2022 di <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>.

- Montoya, P. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. USA: Peter Montoya Incorporated
- Montoya, P. Dan Vandehey, T. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Market Place*. USA: McGraw-Hill.
- Persada Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi & Organisasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Poerwadarminta, W.J.S. (2007). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Purwanto N, M. (2002). *Prinsip Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hlm 82
- Rahayu, Aprianti Yofita. (2013). *Anak Usia TK: Menumbuhkan Kepercayaan Diri Melalui Kegiatan Bercerita*. Jakarta: PT Indeks
- Retnowati, Fatchan, & Astina. (2016). *Prestasi Akademik Dan Motivasi Berprestasi Mahasiswa S1 Pendidikan Geografi Universitas Negeri Malang*. Pendidikan Geografi Pascasarjana-Universitas Negeri Malang. Volume: 1 Nomor: 3
- Restusari, & Farida. (2019). *Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 3 No. 2 Desember

- Ritzer, Teori Sosiologi Modern. (Jakarta: Gramedia 2004) hlm 298
- Rosaliza, M. (2015). *Hiperrealitas, Simulakra Pada Ruang Sosial Online*. *Jurnal Ilmu Budaya*, 12(1), 21–35.
- Sari, Pratiwi, Mulyadi. (2022). *Meningkatkan Prestasi Belajar Melalui Pemberian Motivasi Pada Siswa di Smp Sahara*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Unw Mataram*
- Setiadi & Kolid. (2011). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*. Jakarta : Kencana
- Septiansari & Handayani. (2021). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19*. *jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 2021, 53-65
- Siallagan. (2011). Bab II. Mahasiswa. Universitas Medan Area
- Spica, B. 2008. *Perilaku Prosocial Mahasiswa ditinjau dari Empati dan Dukungan Sosial Budaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
- Seni & Ratnadi. (2017). *Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Soekanto & Sulistyowati (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali pers
- Sudjana, Nana. 2000. *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar

- Suryabrata Sumadi. 1993. Psikologi Pendidikan. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Tirtonegoro, S. (2001). Anak Supernormal dan Program Pendidikannya. Jakarta: Bina Aksara. Hlm.43
- Unhas.ac.id. (2022). Sejarah Universitas Hasanuddin
<https://www.unhas.ac.id/sejarah/?lang=id>
- Universitas Muhammadiyah. (2018) jurnal.
<http://eprints.ums.ac.id/20748/2/03. BAB I.pdf>
- UINS Sultan Syarif Kasim Riau. (2013). 8 BAB II. Tinjauan Pustaka Mahasiswa. Jurnal.
http://repository.uinsuska.ac.id/15938/7/7.%20BAB%20II_2018268KOM.pdf
- Stisip Widuri. (2021). *Mahasiswa Sebagai Penggerak Dalam Perubahan Sosial*.
 Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Widiyanti, E., & Herwandito, S. (2018). Identitas Diri dan Hiperrealitas dalam Media Sosial (Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo). *Jurnal Cakrawala*, 7(2), 231–250
- Widyaningrum Dkk. (2022). *Analisis Isi Pesan Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz*. Indonesian Journal of Social and Education. Volume 1 Issue 1 Year 2022 Pages 8-1
- Yanuarti, E. (2016). Studi Komparatif Prestasi Siswa (Mengikuti dan tidak Mengikuti Ekstrakurikuler ROHIS). *Jurnal Studi Pendidikan Vol XIV*.

Yuwita, Mauhibatillah, Ulyah. (2022). Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok
Penipuan di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan).
Jurnal Komunikasi Dan Media Vol. 7 No. 1 Agustus 2022

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1. Pedoman Observasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti juga menggunakan pedoman observasi yang disusun untuk mempermudah saat melakukan penelitian. Adapun pedoman yang digunakan dalam melakukan observasi pada penelitian “Fenomena *flexing* harta di kalangan mahasiswa melalui media sosial di fakultas ilmu sosial ilmu politik Universitas Hasanuddin” yaitu:

1. Letak geografis Universitas Hasanuddin yakni fakultas ilmu sosial dan ilmu politik dan juga melalui pertemanan media sosial.
2. Mencari tahu mahasiswa yang memiliki karakteristik yang memiliki pola perilaku hedonisme.
3. Melakukan pertemanan secara virtual melalui media sosial untuk mengenal lebih jauh diri mereka di media sosial utamanya lewat WhatsApp, Facebook dan Instagram serta Mengamati aktivitas yang sering dibagikan melalui media sosial
4. Mengidentifikasi media sosial yang digunakan untuk mengakses pola perilaku *flexing*
5. Menggali informasi melalui teman dekat dari informan

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

I. Identitas Informan

Nama :
Umur :
Prodi :
Angkatan :
Jenis Kelamin :
Pendidikan Terakhir :
Status Pekerjaan :
Alamat :

II. Rumusan Masalah

Bagaimana fenomena *flexing* Harta dikalangan sosial melalui media sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin ?

1. Bagaimana anda bisa mengenal/mengetahui tentang barang mewah yang anda gunakan?
2. Sejak kapan anda tertarik untuk menggunakan barang barang (mewah) tersebut?
3. Dimana anda menghabiskan waktu dalam beraktivitas seperti saat ingin nongkrong atau berbelanja barang barang branded?
4. Barang mewah seperti bentuk apa yang biasa anda gunakan?
5. Apa merek barang mewah yang paling sering anda gunakan atau konsumsi?
6. Apakah yang anda *flexing*-kan didapatkan dengan menggunakan uang kepemilikan pribadi atau kepemilikan, orang lain?
7. Apakah anda menggunakan barang branded, dan otomotif mewah dengan wujud asli maupun yang palsu?
8. Apakah ada tuntutan dari lingkungan ke anda untuk melakukan *flexing* harta tersebut?
9. *Flexing* harta siapa yang paling sering muncul atau anda lihat di media sosial?

10. Mengapa anda melakukan *flexing* kemudian meng-upload nya di media sosial?
11. Apakah *flexing* harta yang anda lakukan memicu persepsi atau tanggapan dari orang lain?
12. Mengapa anda mengupload *flexing* harta anda melalui ketiga platform media sosial tersebut?
13. Apakah menurut anda penting mengupload *flexing* harta di media sosial?
14. Medium apa yang dominan anda gunakan diantara ke 3 aplikasi Instagram, WhatsApp dan Facebook untuk melakukan hal tersebut (*flexing* harta)?
15. Bagaimana bentuk konten *flexing* harta yang anda unggah di media sosial, apakah itu berupa foto, video, story, feed atau yang lainnya?
16. Apa yang anda harapkan dari konten *flexing* harta yang anda pertontonkan di media sosial?
17. Apa dampak yang anda rasakan setelah memposting konten anda tersebut?
18. Apakah ada keuntungan maupun kerugian secara personal dari *flexing* yang anda lakukan di media sosial?

Lampiran 3. Dokumentasi



Gambar 7.1 Wawancara bersama informan TF



Gambar 7.2 Wawancara bersama informan IN



Gambar 7.3 Wawancara bersama informan AS



Gambar 7.4 Wawancara bersama informan AM



Gambar 7.5 Wawancara dengan informan AL



Gambar 7.6 Wawancara dengan informan RA



Gambar 7.7 Wawancara bersama informan NA

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian dan Surat telah melakukan Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus Tamalanrea Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10 Makassar 90245
Telepon (0411) 585024 / Fax (0411) 585024

Nomor: 4683/UN4.8.1/PT.01.04/2023

05 Juli 2023

Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Melakukan Penelitian/
Wawancara**

Yth. : **Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
di
Tempat**

Dengan hormat kami sampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang tersebut berikut ini :

Nama : A. Erasiah Bugi Amandari

Nomor Pokok : E031191047

Departemen : Sosiologi

Alamat : Citra Sudiang Indah Blok Y2/2

Bermaksud untuk melakukan penelitian lapangan dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul:

"Fenomena Flexing Harta di Kalangan Mahasiswa Melalui Media Sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin".

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami mohon agar yang bersangkutan diberikan izin untuk melakukan penelitian yang dimaksud mulai tanggal 13 Juni 2023 sampai selesai.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan,

Dr. Hasmiati, S.Sos, M. Si
NIP. 196801011997022001

Tembusan :

1. Dekan Fisip Unhas
2. Ketua Departemen Sosiologi Fisip Unhas
3. Pertinggal.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
KAMPUS UNHAS TAMALANREA MAKASSAR, TELP (0411) 585024, 586200 (PSW. 2211, 2100)

Nomor : 7234/UN4.8.7/PT.01.04/2023

Lamp. : -

Hal : Surat Telah Melakukan
Penelitian/Wawancara

Yth. : Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Akademik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan hormat kami sampaikan bahwa mahasiswa Program Studi S1 Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang tersebut berikut
ini :

Nama : A Erasiah Bugi Amandari

Nomor Pokok : E031191047

Departemen : Sosiologi

Alamat : Citra Sudiang Indah Blok Y2/2

Telah melakukan penelitian lapangan dalam rangka penyusunan Skripsi yang
berjudul:

“Fenomena Flexing Harta di Kalangan Mahasiswa Melalui Media Sosial di
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin”.

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian yang dimaksud mulai tanggal 13 Juni
2023 sampai 28 September 2023.

Demikian penyampaian kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima
kasih kasih.

Makassar, 29 September 2023



Prof. Hasbi Marissangan, M.Si., Ph.D.
NIP. 195309011991031003

Tembusan :

1. Dekan Fisip Unhas
2. Ketua Departemen Sosiologi Fisip Unhas
3. Peringgal

Lampiran 5. Biodata Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Curriculum Vitae

Data Pribadi/Personal Details

Nama/Name : A. Erasiah Bugi Amandari

Tanggal Lahir/Date of Birth :-

Alamat/Address : Citra Sudiang Indah

Asal Daerah/Origin : Makassar

Jenis Kelamin/Gender : Perempuan

Hobi/Hobby : -

Status Marital/Marital Status : Belum Menikah

Warga Negara/Nationality : Indonesia

Agama/Religion : Islam

Departemen/Departemen : Sosiologi

Surel/E-Mail : Andierasiahbugiamandari47@gmail.com



Data Keluarga/Family Details

Ayah/Father : A. Eddy Giswantoro B.Sc

Ibu/Mother : A. Nur Asiah S.E

Riwayat Pendidikan

Tahun	Sekolah/ Universitas	Jurusan	Jenjang
2007 - 2013	SDN 10 Manurunge Bone SD INPRES BAKUNG 2 Makassar	-	Sekolah Dasar
2013 - 2016	MTsN 02 Biringkanayya, Makassar	-	Sekolah Menengah Pertama
2016 - 2019	Man 3 Makassar	IPS	Sekolah Menengah Atas
2019 - 2023	Universitas Hasanuddin	Sosiologi	Perguruan Tinggi (Strata 1)

Riwayat Organisasi di Kampus

Periode	Organisasi	Jabatan
2019-2023	KEMASOS FISIP UNHAS	Anggota
2021-2022	BEM KEMA FISIP UNHAS	Anggota
2019	IBNU KHALDUN	Anggota

Pengalaman Praktek Lapang

Periode	Perusahaan/Lembaga	Jabatan
2022 Periode Awal	Praktikum Peksos 1 di Lembaga Komunitas Pecinta Anak Jalanan (KPAJ)	Petugas <i>Assessment</i>
2022 Periode Akhir	Praktikum Peksos 2 di Sentra Wirajaya Makassar	Petugas <i>Assessment</i>

2022	Lembaga Studi Kebijakan Publik (LSKP) dalam pemilihan Walikota	Relawan Pemantau
------	--	------------------