

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., & Esmaeili, 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: Pustaka 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

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.%20](http://repository.uinsuska.ac.id/15938/7/7.%20BAB%20II_2018268KOM.pdf)
[BAB%20II_2018268KOM.pdf](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 ?

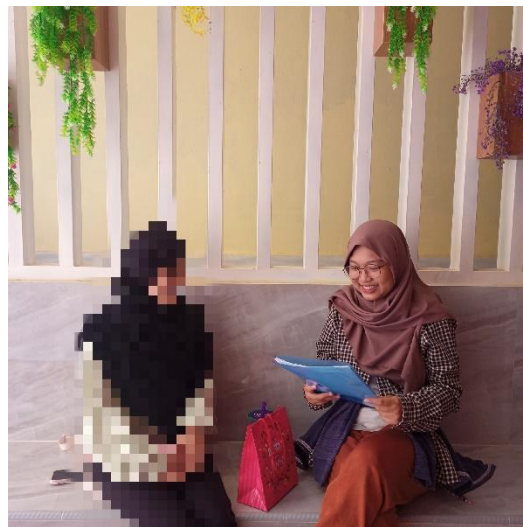
1. Bagaimana anda bisa mengenal/mengetahui tentang barang mewah yang anda gunakan?
2. Sejak kapan anda tertarik untuk menggunakan barang barang (mewah) tersebut?
3. Dimana anda menghabiskan waktu dalam beraktivitas seperti saat ingin nongkrong atau berbelanja barang barang branded?
4. Barang mewah seperti 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 :

N a m a : 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



Ketua Departemen Sosiologi

Fisip Unha

Unhas

Prof. Hashi Marissangan, M.Si., Ph.D.

NIDN 09308271991031003

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
------	--	------------------