

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Instagram merupakan salah satu dari berbagai platform media sosial yang sedang populer saat ini. Pengguna Instagram memiliki kemampuan membagikan grafis dalam bentuk gambar atau rekaman video serta berkomunikasi dengan pengguna lain. Dalam masif nya penggunaan Instagram lahir istilah-istilah seperti selebgram yaitu seseorang yang memiliki banyak pengikut pada akun Instagram nya dan dapat dimanfaatkan sebagai ladang bisnis seperti promosi brand atau bahkan hanya sebagai media hiburan dengan menyebarkan banyak konten pada akunnya. Salah satu selebgram yang dikenal pada platform Instagram adalah pemilik akun @siscakohl. Fransisca Fortunata atau yang biasa dikenal dengan Sisca Kohl merupakan influencer yang aktif membuat konten pada platform Instagram, TikTok bahkan Youtube. Sisca Kohl dikenal oleh followers nya sebagai Crazy Rich atau 'sultan' karena seringkali mempublikasikan video-video yang memamerkan harta kekayaannya, hal ini dapat disebut kedalam kategori *flexing*. Representasi sikap *flexing* dari Sisca Kohl sendiri merupakan gaya hidup yang menjadi acuan untuk mendapatkan sebuah kesenangan. Diluar itu sisi positif dari konten *flexing* yang disebar oleh akun Instagram @siscakohl adalah bisa menjadi motivasi diri untuk followers akun @siscakohl yang terpapar konten *flexing*. Namun, dampak negatif nya ialah dapat mengganggu kenyamanan psikologis individu yang terpapar konten *flexing* akun @siscakohl (Ramadhan, 2024).

Dari dua artikel tahun 2023 yang peneliti temui menyebutkan bahwa Sisca Kohl merupakan artis yang memiliki gelar 'sultan' dan kehidupannya yang tak lepas dari glamorisasi. Salah satunya satu konten video yang Sisca Kohl upload pada akun Instagram pribadinya menunjukkan bahwa ia sedang 'mandi' dengan banyak tumpukan uang. Sesuai dengan artikel tahun 2023 yang menyebutkan bahwa Sisca Kohl adalah artis yang seringkali melakukan *flexing* pada platform Instagram pribadi nya @siscakohl. Peneliti sudah mencari dan menyaring beberapa konten yang masuk kedalam kategori *flexing* yaitu seseorang yang

mempresentasikan apa yang dimilikinya yaitu materi yang dapat berupa barang-barang branded atau uang (Musman, 2020).



Gambar 1. 1 Konten *Flexing* yang Diunggah Oleh Akun Instagram @siscakohl

Terdapat 29 konten pribadi milik akun Instagram @siscakohl yang mengandung unsur kategori *flexing* sepanjang tahun 2023. Dari seluruh konten yang mengandung *flexing* pada akun Instagram @siscakohl ada beberapa konten yang paling populer. Konten mandi uang yang mencapai 13,7 juta penonton. Konten valentine yang menunjukkan gelang mewah mencapai 5,8 juta penonton dan konten mesin uang yang mencapai 5,4 juta penonton.

Media sosial termasuk Instagram kini sudah menjadi wadah untuk seseorang melakukan *flexing*. Hal ini dikarenakan menjadi kaya raya dan bergelimang harta merupakan prioritas tujuan hidup dari generasi saat ini. Hal ini diperkuat dengan survey yang menunjukkan bahwa sebanyak 88% Peserta yang berusia antara 18 hingga 25 tahun ingin menjalani hidupnya demi menjadi kaya raya (*Business 2 Community, Generation Next Goals* 2014). Remaja akhir menganggap bahwa status sosial merupakan hal yang utama untuk menjalani hidupnya. Media sosial termasuk Instagram merupakan bentuk realitas yang belum dipastikan kebenarannya, hal ini dapat berdampak pada bagaimana remaja akhir berpikir, bertindak hingga menjalani hidup untuk kedepannya. Menurut *The Royal Society for Public Health* pada tahun 2017, media sosial Instagram dianggap sebagai platform media sosial yang paling merugikan bagi kesehatan mental seseorang. Aplikasi media sosial Instagram sudah seringkali digunakan oleh seluruh khalayak masyarakat terutama remaja akhir yang berusia 18-21 Tahun. Aplikasi Instagram tersebut ternyata bisa menyebabkan *Instagramxiety* atau

dampak buruk bagi psikologis seseorang yang ditimbulkan akibat rasa khawatir dan cemas saat melihat postingan-postingan orang lain pada aplikasi Instagram. *Instagramxiety* adalah Situasi nyata yang bisa menyebabkan seseorang merasa lelah, stres, sedih, iri, dan tidak menyukai diri sendiri ketika melihat unggahan orang lain di Instagram (*New York Post*, 2023). Terlalu sering untuk membandingkan diri sendiri dengan orang lain dapat meningkatkan kecemasan yang berlebihan. Jika dahulu Dulu kita hanya melihat kehidupan beberapa orang, tetapi dengan hadirnya Instagram, kita bisa melihat kehidupan ratusan hingga ribuan pengguna (Cal Strobe, 2020).

Bicara *flexing*, *flexing* sendiri didefinisikan sebagai perilaku yang memperlihatkan, menunjukan dan mendemostrasikan harta kekayaan yang dilakukan oleh seseorang guna mendapatkan label sebagai seorang influencer (Merriam Webster, 2022). Istilah *flexing* pertama kali diperkenalkan oleh *Thorstein Veblen* pada tahun 1899 dalam bukunya yang memiliki judul "*The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*". Secara umum, *flexing* merujuk pada kebiasaan seseorang untuk memamerkan kepemilikannya di platform media sosial, yang kemudian dilakukan dengan tujuan untuk diperhatikan oleh orang lain (Arum Rifda, 2022). Banyak individu saat ini membangun citra diri atau personal branding dengan cara mengeksploitasi kekayaan yang mereka miliki sebagai upaya untuk menarik perhatian publik. Ini sudah menjadi sebuah fenomena yang umum di sekitar kalangan kita (Ketut Putu, 2022). *Flexing* terjadi karena adanya perilaku naluri dalam sebuah hubungan, yang seringkali dikaitkan dengan rasa kurang atau tidak aman yang dimiliki oleh seseorang, sehingga adanya akibat dorongan untuk menunjukan atau memamerkan apa yang menurutnya lebih unggul dan *superior* dari orang lain (Simatupang, 2022).

Praktik *flexing* ini bahkan mudah dijumpai pada media sosial, cukup banyak orang yang membuat konten dengan cara memamerkan kekayaan yang ada seperti mobil mewah dengan harga miliaran rupiah (Merriam Webster, 2022). Fenomena ini juga seringkali dianggap beberapa orang sebagai dinamika kebudayaan yang akan terus membentuk budaya baru. Perilaku *flexing* merupakan perilaku yang dianggap konsumtif, Baudrillard menyampaikan bahwa "penyakit sosial dan kemabukan" di masyarakat yang bersinggungan dengan hal hiburan, politik,

komunikasi, komoditi, seksual dan tidak terkecuali pada hal yang konsumtif (Mahyuddin, 2019). Fenomena *flexing* juga sering bersinggungan dengan uang dimana uang dapat mengambil peran sosial dan merupakan alat ukur ekonomi bagi seseorang. Oleh karena itu, untuk mendapatkan apa yang ingin dicapai, kekayaan tersebut harus didukung dengan gaya hidup yang hedonis atau konsumtif. Pada era ini, menunjukkan kekayaan yang dimiliki oleh seseorang melalui media sosial dan dengan cara menunjukkan gaya hidup konsumtif secara terang-terangan lama kelamaan menjadi hal yang wajar untuk dijadikan sebuah tontonan. Menunjukkan kekayaan, uang atau perilaku yang konsumtif memiliki asumsi bahwa seseorang tersebut dapat melangkah lebih maju (Bakti et al.,2020).

Menurut Musman pada buku *The Power of IKIGAI: Dan Rahasia Hidup Bahagia ala Orang-orang di Dunia*, tolak ukur seseorang dianggap *flexing* dapat dimulai dengan perilaku seseorang tersebut yang mempresentasikan apa yang dimilikinya yaitu materi yang dapat berupa barang-barang *branded* atau uang. Pada akhirnya perilaku tersebut akan berubah menjadi sebuah obsesi yang akan dijalankan secara berulang-ulang oleh sang pelaku (Musman, 2020). Perubahan yang sangat signifikan dalam perilaku *flexing* atau pamer harta dalam masyarakat menunjukkan adanya konsumsi baru yang melebihi batas kegilaan dalam masyarakat modern saat ini. Keseharian hidup manusia kini telah dikuasai oleh keindahan hedonisme dan konsumtif, baik yang rasional maupun yang irasional. Fenomena ini telah menjadi bagian dari budaya baru dan dianggap lumrah dilakukan.

Karakteristik psikologis remaja akhir memiliki kecenderungan untuk melakukan penyimpangan perilaku yang dapat mengganggu kesehatan mental. Di masyarakat, isu-isu remaja akhir salah satunya *flexing* banyak sekali terjadi. Survei Indonesia-National Adolescent yang dilakukan pada tahun 2022 menyebutkan bahwa satu dari tiga remaja akhir di Indonesia memiliki gangguan kesehatan mental yang diakibatkan oleh isu-isu yang berkembang di kalangan masyarakat. Akibat isu-isu tersebut, Salah satu permasalahan kesehatan mental yang sering dihadapi remaja adalah gangguan kecemasan. Dari perspektif psikologis, mayoritas motivasi yang mendorong individu untuk melakukan tindakan tersebut adalah keinginan mereka untuk menegaskan keberadaan mereka dalam sebuah lingkungan sosial. Hal

ini ditunjukkan oleh pengamatan dari kalangan psikolog Indonesia yang sering mengunggah foto selfie di mobil mewah, memamerkan perjalanan dengan pesawat, memposting berbagai makanan mewah, dan momen-momen perilaku konsumtif lainnya. Masyarakat tidak hanya mengonsumsi barang untuk kegunaan praktisnya, tetapi juga untuk menyampaikan pesan atau makna yang tersembunyi di dalamnya. Ini juga menjadi alat untuk mengekspresikan posisi atau status sosial seseorang dalam masyarakat (Health Indozone, 2023).

Penelitian ini mengambil objek remaja akhir yang berada di kawasan sub urban. Sub urban diartikan sebagai daerah perkotaan yang lokasinya dekat dengan pusat kota. Masyarakat yang tinggal pada kawasan sub urban biasanya ditinggali oleh para penglaju atau pekerja yang setiap harinya melakukan mobilitas ke daerah kota. Di kawasan pinggiran kota, masa remaja dianggap sebagai fase penting dalam kehidupan seseorang yang memiliki kaitan erat dengan perkembangan masa dewasa. Kesehatan masa remaja dianggap memainkan peran kunci dalam membentuk kehidupan dewasa yang positif. Para psikolog telah mengenali beberapa aspek pertumbuhan remaja untuk melakukan hal ini. Pertama, remaja harus menerima keragaman dan kualitas tubuh mereka sendiri. Kedua, mereka harus menjadi mandiri secara emosional dari orang tua dan pengasuh lainnya. Ketiga, sangat penting bagi mereka untuk belajar bagaimana berinteraksi dengan orang lain baik secara perorangan maupun dalam kelompok serta bagaimana membangun keterampilan komunikasi interpersonal. Keempat, remaja perlu menemukan model manusia yang menjadi identitas bagi mereka. Kelima, individu harus menerima siapa diri mereka dan percaya pada kemampuan mereka sendiri. Keenam, mereka harus membentengi disiplin diri mereka sesuai dengan hirarki moral, etika, atau filosofi hidup. Ketujuh, anak-anak harus dapat melepaskan perilaku dan sikap mereka yang belum dewasa dan menyesuaikan diri dengan apa yang diharapkan orang dewasa dari mereka. Remaja menunjukkan karakteristik mereka yang unik dan dipengaruhi oleh media. Mereka cenderung ingin tahu, mudah terpengaruh, dan mengambil informasi yang ada di media tanpa dipertimbangkan (The Habibie Center, 2010: 7). Mereka pada dasarnya idealis, memiliki pola pikir yang kritis, merasa nyaman untuk mencoba hal-hal baru, dan melek komputer. (Nureni, Pramiyanti, & Putri).

Kemampuan untuk bertahan dan bahkan berkembang di lingkungan yang menantang, berisiko, dan online dikenal sebagai ketahanan online. Hal ini juga dapat didefinisikan sebagai kapasitas individu untuk menyesuaikan diri dengan tepat terhadap berbagai faktor lingkungan yang mungkin berdampak pada mereka. Kemampuan ini nantinya akan melakukan penyaringan dan merespons hal-hal yang ditemui dan dilihat pada dunia digital (Dr, Wiwin Hendriani, 2018:72). Kemampuan untuk beradaptasi secara akurat dan bertahan dalam berbagai pengaturan lingkungan dengan berbagai potensi pengaruh adalah definisi lain dari ketahanan online. Dengan demikian, seseorang tersebut akan memiliki kemampuan untuk memilah konten dan menanggapi berbagai hal yang ada di media sosial. (Hendriani, 2019).

Terdapat 7 dimensi yang nantinya dapat dijadikan pedoman yang akan mengacu pada sikap individu pada dunia online. Ketujuh dimensi tersebut adalah; Regulasi Emosi, yang berarti bahwa individu perlu memiliki keahlian untuk tetap tenang dalam menghadapi situasi yang sulit pada dunia online. Ketika individu merasakan sulit mengontrol emosinya maka akan berpengaruh pada individu yang lain. Kedua, Pengendalian Impuls, kemampuan ini penting untuk dimiliki oleh individu guna mengontrol hal-hal yang timbul dari internal, jika tidak ditangani dengan baik maka individu dapat bersikap secara agresif. Optimisme merupakan dimensi ketiga dalam resiliensi online, karakteristik ini harus dimiliki oleh individu dalam dunia digital agar mereka percaya bahwa situasi-situasi yang berisiko dapat dirubah menjadi lebih baik kedepannya. Selanjutnya terdapat dimensi Casual Analysis yaitu individu perlu untuk mengidentifikasi dengan tepat apa penyebab dari masalah yang timbul akibat dampak yang berisiko pada dunia digital. Selanjutnya terdapat dimensi Empati yang diperlukan oleh individu agar dapat mendukung hubungan sosial pada dunia digital. Dimensi keenam dalam resiliensi online adalah Self Efficacy yaitu individu perlu percaya bahwa memecahkan suatu masalah pada dunia digital dapat mencapai sebuah kesuksesan. Oleh sebab itu, individu perlu untuk memiliki kemampuan mengatasi sebuah masalah. Dimensi terakhir dalam resiliensi online adalah reaching out, yaitu individu harus cepat bangkit dalam sebuah keterpurukan yang timbul dari dampak dunia digital (Wiwin Hendriani, 2018: 75).

Pada dunia online, resiliensi online penting dimiliki oleh individu untuk bertahan dan menghadapi sesuatu yang beresiko pada dunia digital. Dalam berbagai kajian, Ketahanan online dilihat atau dipahami sebagai kualitas fundamental yang menjadi dasar dari banyak sifat positif seseorang, kategori yang akan dilalui oleh remaja akhir usia 18-21 tahun adalah: Online. Melalui penggunaan internet, risiko berbagai postingan yang muncul di Instagram dapat memberikan dampak negatif terhadap persepsi remaja akhir usia 18-21 tahun.

Penggunaan Instagram dan interaksinya tentu berhubungan dengan media baru yang mengacu pada perkembangan teknologi yang memungkinkan interaksi komunikasi yang lebih dinamis dan kompleks antara individu, baik secara satu arah maupun multi arah, melalui platform daring. Dampak dari media baru termasuk transformasi dalam proses komunikasi, memungkinkan interaksi yang lebih luas, instan, dan kompleks, serta mengatasi kendala ruang dan waktu dalam komunikasi antarmanusia (Jandy Luik, 2020: 8-9).

Merujuk pada salah satu dari tiga penelitian terdahulu yang berjudul "Membentuk Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial di Kota Makassar Melalui Pendidikan dan Literasi Digital" yang memiliki fokus pada tingkat resiliensi pada dua platform media sosial, hal yang menjadi inovasi dalam penelitian ini adalah: Pertama, terkait dengan cakupan yang lebih mengerucut yaitu objek penelitian yang spesifik pada remaja akhir berusia 18-21 tahun. Kedua, menghususkan pada resiliensi remaja akhir terhadap konten *flexing* pada akun Instagram @siscakohl. Pada penelitian terdahulu kedua yang berjudul "Resiliensi Online Khalayak Dewasa Awal Pengguna Instagram di Kawasan Urban" memiliki beberapa perbedaan yaitu penelitian terdahulu hanya membahas resiliensi online pada khalayak dewasa awal tanpa fokus pada konten tertentu, sedangkan penelitian ini fokus pada resiliensi online remaja akhir pada konten *flexing* yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Pada penelitian terdahulu yang berjudul "Resiliensi (Ketangguhan Diri) Online Siswa SMP Ditinjau Dari Gaya Komunikasi Guru dan Regulasi Moral Siswa Pada Masa Pandemi Covid di Kota Yogyakarta" memiliki fokus pada hasil yang ditimbulkan oleh hubungan antara ketahanan online dan gaya komunikasi guru serta pengaruhnya terhadap siswa

SMP. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai dampak yang ditimbulkan dari konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl.

Penelitian ini akan berkonsentrasi pada kelompok remaja dewasa yang mengakses Instagram dalam rentang usia 18 hingga 21 tahun. Masa remaja, menurut Mappiare, berkisar antara usia 12 hingga 21 tahun untuk wanita dan 13 hingga 22 tahun untuk pria. Rentang usia ini menggambarkan dua fase yang berbeda: masa remaja akhir, yang berlangsung dari sekitar usia 17 atau 18 hingga 21 atau 22 tahun., dan remaja awal, yang terjadi antara usia 12/13 dan 17/18 tahun. Berdasarkan pemisahan ini, "masa remaja akhir" merujuk pada periode usia 17/18 tahun hingga 21/22 tahun. Pada fase ini, remaja biasanya telah memasuki sekolah menengah atas, dianggap hampir dewasa oleh orang tua, dan berada di ambang memasuki dunia kerja orang dewasa. (Dewi, 2021). Penelitian ini mengambil pada media sosial Instagram dikarenakan tercatat dalam riset yang dijalankan oleh *IDN Media Research Institute* bahwa aplikasi media sosial Instagram menjadi aplikasi nomor 1 yang paling sering digunakan oleh remaja akhir usia 18-21 tahun. Penelitian ini memilih akun Instagram @siscakohl sebagai objek penelitian karena beberapa alasan yang mendasar. Pertama, akun tersebut memiliki jumlah pengikut yang signifikan dan aktif, sehingga memberikan representasi yang cukup kuat tentang praktik "flexing" di kalangan remaja. Kedua, konten yang diposting oleh akun tersebut memenuhi tolak ukur untuk dikatakan sebagai perilaku "flexing", seperti menampilkan barang-barang mewah, kegiatan sosial yang glamor, dan penampilan yang serba berlebihan (Rifda, 2022). Ketiga, akun @siscakohl tersebut secara terbuka memperlihatkan aspek-aspek kehidupannya yang memungkinkan untuk analisis mendalam terkait motivasi dan dampak dari praktik "flexing" dalam konteks media sosial. Dengan demikian, pemilihan akun @siscakohl diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang fenomena "flexing" dan dampaknya terhadap kesehatan mental remaja.

Penelitian ini menggunakan konstruktivisme sebagai paradigma dan menggunakan teknik kualitatif. untuk melihat pemahaman yang mendalam mengenai resiliensi online remaja akhir pada konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, peneliti juga dapat mencari tau terkait analisis dan gambaran mengenai fenomena

yang diambil dari informan penelitian yang memiliki kriteria remaja akhir berusia 18-21 tahun, menggunakan Instagram dengan frekuensi 60-90 menit per harinya dan sudah mengikuti akun Instagram @siscakohl serta sudah melihat ketiga konten mengandung flexing yang sudah disebutkan sebelumnya. Terakhir, informan harus tinggal pada kawasan yang masuk kedalam kategori daerah sub urban.

Penelitian ini juga penting dilakukan karena memiliki tujuan untuk memahami tingkat resiliensi online remaja akhir dalam menghadapi dampak psikologis dari konten *flexing* di media sosial Instagram, khususnya pada akun @siscakohl. Penelitian ini relevan untuk menjelaskan bagaimana resiliensi online menjadi kunci pemahaman terhadap cara remaja mengatasi tekanan dan ekspektasi sosial dalam interaksi di platform tersebut, dengan harapan dapat memberikan kontribusi pengetahuan akademis dalam bidang resiliensi online. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan memberikan manfaat praktis dengan memberikan wawasan mengenai strategi yang efektif dalam mengembangkan resiliensi online, sekaligus merespons tren fenomena *flexing* di kelompok remaja.

1.2. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan konteks di atas, pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah Bagaimana tingkat ketahanan online kelompok remaja akhir usia 18-21 tahun di kawasan sub urban yang menggunakan media sosial Instagram melihat konten *flexing* mandi uang, mesin uang dan gelang mewah valentine pada akun @siscakohl?

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan fokus pada pertanyaan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan hasil dari tingkat ketahanan online kelompok remaja akhir usia 18-21 tahun. pengguna Instagram melihat konten *flexing* yang ada pada konten akun @siscakohl.

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai, diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dikategorikan dalam dua aspek:

1.4.1. Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam literatur terkait ketahanan online di platform media sosial seperti Instagram.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai literasi digital terkait penggunaan media sosial sebagai bagian dari media digital di kelompok remaja akhir usia 18-21 tahun pada kawasan sub urban.