

Hermeneutika Kecurigaan Terhadap Tren Flexing: Menyingkap Lapisan Makna Tersembunyi dan Simbol Semiotika di Media Sosial

Bernase Titaley¹, Elka Anakotta², Selderika Patty³

^{1,2,3} Program Studi Magister Pendidikan Agama Kristen, Institut Agama Kristen Negeri Ambon, Jl, Dolog, Halong Atas, Ambon, Maluku

E-mail: titaleybernase@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6203>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 Mei April 2026

Revised: 18 Mei 2026

Accepted: 21 Mei 2026

Kata Kunci

Hermeneutika Kecurigaan, Flexing, Media Sosial, Simbol Digital, Identitas Eksistensial

Keywords

Hermeneutics of Suspicion, Flexing, Social Media, Digital Symbols, Existential Identity



ABSTRACT

Fenomena flexing di media sosial berkembang menjadi lebih dari sekadar praktik pamer kekayaan, tetapi telah menjadi bahasa simbolik dalam budaya digital kontemporer. Melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, individu membangun identitas diri melalui representasi visual berupa barang mewah, perjalanan eksklusif, dan gaya hidup konsumtif. Penelitian ini bertujuan membongkar makna tersembunyi dibalik praktik flexing menggunakan pendekatan Hermeneutika Kecurigaan dari Paul Ricoeur. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif interpretatif dengan pendekatan fenomenologi-hermeneutik. Dalam penelitian ini, flexing dipahami bukan hanya sebagai realitas objektif, tetapi sebagai teks simbolik yang mengandung makna ideologis, psikologis, sosial, dan eksistensial. Hasil kajian menunjukkan bahwa praktik flexing sering kali menjadi bentuk kompensasi atas kecemasan sosial, kebutuhan validasi, krisis identitas, dan alienasi individu di tengah budaya kapitalisme digital. Simbol kemewahan yang ditampilkan tidak selalu merepresentasikan kepemilikan nyata, melainkan berfungsi sebagai topeng sosial demi memperoleh pengakuan dan status di ruang publik digital. Selain itu, budaya flexing memperlihatkan bagaimana media sosial membentuk standar keberhasilan dan citra diri yang semu. Dengan demikian, Hermeneutika Kecurigaan membuka ruang pembacaan kritis terhadap budaya digital yang selama ini diterima secara literal oleh masyarakat sehingga pengguna media sosial dapat lebih reflektif dalam memahami simbol dan realitas di dunia digital.

The phenomenon of flexing on social media has evolved beyond merely displaying wealth and has become a symbolic language within contemporary digital culture. Through platforms such as TikTok, Instagram, and Facebook, individuals construct their identities through visual representations of luxury goods, exclusive travel experiences, and consumptive lifestyles. This study aims to uncover the hidden meanings behind the practice of flexing using Paul Ricoeur's Hermeneutics of Suspicion approach. The research employs a qualitative interpretative method with a phenomenological-hermeneutic approach. In this study, flexing is understood not merely as an objective reality, but as a symbolic text containing ideological, psychological, social, and existential meanings. The findings indicate that the practice of flexing often functions as a form of compensation for social anxiety, the need for validation, identity crises, and individual alienation amid the culture of digital capitalism. The symbols of luxury displayed on social media do not always represent actual ownership, but rather function as social masks to gain recognition and status in the digital public sphere. Furthermore, the culture of flexing demonstrates how social media constructs artificial standards of success and self-image. Thus, the Hermeneutics of Suspicion opens a space for critical interpretation of digital culture, which has often been accepted literally by society, enabling social media users to become more reflective in understanding symbols and realities within the digital world



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Bernase Titaley et al (2026) Hermeneutika Kecurigaan Terhadap Tren Flexing: Menyingkap Lapisan Makna Tersembunyi dan Simbol Semiotika di Media Sosial <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6203>

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah melahirkan perubahan besar dalam pola komunikasi manusia modern. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang berbagi informasi, tetapi telah berkembang menjadi arena pertunjukan identitas dan produksi simbolik. Fenomena flexing muncul sebagai salah satu praktik budaya digital yang paling menonjol dalam masyarakat kontemporer. Melalui platform seperti TikTok dan Instagram, individu menampilkan simbol-simbol kemewahan berupa kendaraan mahal, jam tangan bermerek, saldo ATM, sertifikat aset, hingga gaya hidup jet-set sebagai representasi status sosial dan eksistensi diri. Praktik ini kemudian menjadi bentuk komunikasi visual baru yang dikonsumsi secara massal oleh masyarakat digital. Dalam konteks kapitalisme media, flexing tidak hanya dipahami sebagai tindakan pamer kekayaan, melainkan juga sebagai komodifikasi identitas yang diproduksi untuk memperoleh perhatian, validasi, dan pengaruh sosial (Jean, 2016).

Fenomena tersebut memperlihatkan bagaimana media sosial telah mengubah cara manusia memahami keberadaan dirinya di tengah dunia digital. Identitas tidak lagi dibangun melalui relasi sosial nyata, tetapi melalui citra yang dipertontonkan di ruang virtual. Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman digital ini menjadi bagian dari lived experience manusia modern, di mana individu berusaha memperoleh pengakuan eksistensial melalui respons sosial seperti likes, komentar, dan jumlah pengikut. Manusia digital hidup dalam situasi “being seen” atau keharusan untuk terus terlihat oleh orang lain agar keberadaannya diakui. Di sinilah flexing menjadi praktik eksistensial yang memperlihatkan kecemasan manusia modern terhadap invisibility atau ketidakdiakuannya di ruang publik digital. Flexing akhirnya bukan sekadar tindakan ekonomi, melainkan ekspresi kegelisahan ontologis manusia dalam membangun identitas diri di tengah budaya visual yang hiperkompetitif (Turkle, 2017).

Namun demikian, simbol-simbol kemewahan yang ditampilkan dalam media sosial tidak dapat dibaca secara sederhana sebagai representasi realitas objektif. Apa yang tampak di layar digital sering kali menyembunyikan makna lain yang lebih kompleks. Pemikiran Paul Ricoeur mengenai Hermeneutika Kecurigaan menegaskan bahwa simbol selalu memiliki surplus of meaning atau kelimpahan makna yang tersembunyi di balik teks yang tampak. Dengan demikian, flexing perlu dicurigai sebagai praktik simbolik yang mungkin menyimpan bentuk alienasi, kompensasi psikologis, atau bahkan krisis identitas. Kemewahan yang dipamerkan bisa saja menjadi topeng sosial untuk menutupi rasa inferioritas, kecemasan sosial, kesepian, atau kebutuhan akan pengakuan publik. Hermeneutika Kecurigaan hadir untuk membongkar struktur makna tersembunyi di balik simbol digital tersebut sehingga masyarakat tidak terjebak pada pembacaan literal atas citra yang dikonstruksi media sosial (Ricoeur, 2008).

Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya membahas flexing dari sudut pandang psikologi sosial, perilaku konsumtif, dan dampak ekonomi digital. Sebagian besar penelitian melihat flexing sebagai penyebab munculnya budaya hedonisme, iri sosial, atau tekanan finansial di kalangan generasi muda. Akan tetapi, masih sedikit penelitian yang membedah flexing sebagai fenomena hermeneutik dan eksistensial yang berkaitan dengan struktur kesadaran manusia modern. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menggabungkan pendekatan fenomenologi dan Hermeneutika Kecurigaan untuk membongkar kepalsuan simbolik di balik budaya flexing. Penelitian ini tidak hanya melihat apa yang dipamerkan oleh subjek digital, tetapi juga mencoba memahami kecemasan, kehampaan, dan kebutuhan pengakuan yang tersembunyi di balik konstruksi citra tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pembacaan kritis terhadap budaya media sosial kontemporer yang semakin didominasi oleh produksi simbol dan simulasi identitas.

Di era budaya digital saat ini, media sosial telah menjadi ruang baru bagi manusia untuk membangun realitas sosial yang sering kali berbeda dengan kehidupan nyata. Budaya flexing memperlihatkan bagaimana manusia modern semakin terjebak dalam logika representasi dan pencitraan diri. Kehidupan digital dipenuhi simbol kemewahan yang dikonstruksi sedemikian rupa untuk menciptakan persepsi kesuksesan, kebahagiaan, dan superioritas sosial. Padahal, di balik citra tersebut

dapat tersembunyi kecemasan eksistensial, tekanan sosial, bahkan krisis makna hidup. Oleh sebab itu, pendekatan Hermeneutika Kecurigaan menjadi relevan untuk digunakan sebagai alat analisis kritis dalam membaca fenomena flexing sebagai teks budaya digital yang penuh manipulasi simbolik dan lapisan makna tersembunyi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologi hermeneutik yang memadukan perspektif Martin Heidegger dan Paul Ricoeur untuk memahami pengalaman pelaku flexing sekaligus menafsirkan makna tersembunyi di balik simbol digital di TikTok, Instagram, dan Facebook. Data diperoleh melalui dokumentasi unggahan media sosial. Analisis data dilakukan melalui semiotika untuk membaca simbol kemewahan, proses *epoche* untuk menunda prasangka peneliti, serta Hermeneutika Kecurigaan Ricoeur guna membongkar makna laten seperti kebutuhan validasi, alienasi diri, dan kecemasan sosial di balik praktik flexing (Creswell, 2018, Ricoeur 1976).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anatomi Semiotika Flexing di Media Sosial: Morfologi Tanda dalam Budaya Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik flexing di media sosial bukan lagi sekadar tindakan memamerkan kekayaan, melainkan telah berkembang menjadi sistem tanda (*system of signs*) yang membentuk identitas sosial digital. Dalam unggahan di TikTok, Instagram, maupun Facebook, simbol-simbol seperti mobil mewah, jam tangan premium, saldo ATM, tiket penerbangan kelas bisnis, restoran mahal, hingga suasana hotel eksklusif diproduksi secara visual untuk membangun citra superioritas sosial. Menariknya, objek-objek tersebut tidak lagi dipertontonkan berdasarkan nilai guna (*use-value*), tetapi berdasarkan nilai tanda (*sign-value*). Barang mewah menjadi bahasa simbolik untuk mengomunikasikan status, pengaruh, dan keberhasilan hidup di ruang digital. Dalam konteks ini, flexing bekerja sebagaimana dijelaskan Jean Baudrillard bahwa masyarakat modern hidup dalam simulasi tanda, di mana manusia lebih mengejar citra daripada realitas itu sendiri (Baudrillard, 2016)

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa estetika visual dalam flexing dibangun secara sangat sadar dan terstruktur. Hampir seluruh unggahan yang diamati menggunakan pencahayaan tertentu, sudut kamera yang dramatis, filter visual, hingga teknik editing yang memperkuat kesan eksklusif. Bahkan caption sering kali menggunakan pola *humblebragging* seperti “cuma kerja biasa”, “masih belajar”, atau “bersyukur saja”, padahal visual yang ditampilkan secara agresif mengonstruksi kemewahan. Di sinilah media sosial menciptakan ilusi realitas. Kehidupan yang dipertontonkan tampak natural, padahal sebenarnya merupakan hasil kurasi visual yang sangat selektif. Realitas digital akhirnya berubah menjadi panggung dramaturgis tempat individu memainkan identitas idealnya demi memperoleh perhatian publik.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa flexing bukan sekadar aktivitas personal, tetapi bagian dari budaya kapitalisme digital yang menjadikan citra sebagai komoditas utama. Semakin viral suatu simbol kemewahan, semakin tinggi pula nilai sosial subjek di ruang digital. Dengan demikian, tubuh, barang, bahkan pengalaman hidup berubah menjadi objek konsumsi visual bagi publik media sosial. Identitas manusia modern kemudian diukur bukan dari siapa dirinya, tetapi dari seberapa menarik citra yang mampu ia tampilkan di layar digital.

Budaya flexing telah melahirkan bentuk stratifikasi sosial baru di ruang digital. Jika pada masyarakat konvensional status sosial dibangun melalui relasi nyata, pendidikan, atau kontribusi sosial, maka dalam media sosial status dibangun melalui kemampuan menciptakan impresi visual yang meyakinkan. Akibatnya, ruang digital berubah menjadi arena kompetisi simbolik tanpa akhir, di mana setiap individu berlomba menghasilkan citra paling menarik, paling mewah, dan paling “sempurna”. Dalam kondisi tersebut, manusia tidak lagi sekadar mengonsumsi barang, tetapi juga mengonsumsi pengakuan sosial. Likes, viewers, komentar, dan jumlah followers menjadi “mata uang simbolik” baru yang menentukan nilai eksistensi seseorang. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana kapitalisme digital bekerja secara halus: bukan hanya mengendalikan pola konsumsi manusia, tetapi juga mengendalikan cara manusia memandang dirinya sendiri. Individu akhirnya terjebak dalam kebutuhan terus-menerus untuk mempertontonkan kehidupan demi mempertahankan relevansi sosialnya di hadapan publik digital.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya paradoks mendalam dalam praktik flexing. Semakin sering subjek menampilkan kemewahan dan kebahagiaan di media sosial, semakin tampak adanya kecemasan tersembunyi untuk kehilangan perhatian publik. Banyak unggahan flexing sebenarnya tidak lahir dari rasa aman, melainkan dari ketakutan akan ketidakdiakuannya diri. Di sinilah flexing berubah menjadi mekanisme psikologis yang bersifat adiktif: subjek terus memproduksi citra karena takut tenggelam dalam arus media sosial yang bergerak sangat cepat. Ketika perhatian publik menurun, muncul rasa gelisah, tidak bernilai, bahkan krisis identitas. Dengan demikian, budaya flexing tidak hanya menciptakan ilusi kemewahan, tetapi juga memperlihatkan krisis eksistensial manusia modern yang menggantungkan makna dirinya pada tatapan dan validasi orang lain. Media sosial akhirnya menjadi ruang tempat manusia berusaha terlihat paling bahagia, sementara pada saat yang sama menyembunyikan kehampaan paling dalam dari dirinya sendiri.

Esensi Fenomenologis: Makna Flexing bagi Kesadaran Subjek

Sebagian besar pelaku flexing tidak sepenuhnya memandang tindakan mereka sebagai “pamer”. Mereka justru memaknainya sebagai bentuk pembuktian diri, branding personal, tuntutan profesionalisme, atau strategi membangun jaringan sosial. Beberapa subjek menyatakan bahwa menampilkan gaya hidup tertentu dianggap penting untuk memperoleh kepercayaan publik, terutama dalam dunia bisnis digital, investasi, dan pekerjaan berbasis personal branding. Dalam pengalaman mereka, media sosial bukan sekadar ruang komunikasi, tetapi arena kompetisi simbolik yang menuntut individu terus terlihat berhasil.

Namun, di balik narasi tersebut ditemukan dimensi eksistensial yang lebih dalam. Banyak subjek mengaku merasa lebih “hidup” ketika unggahan mereka memperoleh banyak likes, viewers, komentar, dan pengikut baru. Pengakuan digital tersebut memberikan sensasi keberadaan (sense of existence) yang sulit mereka peroleh dalam kehidupan nyata. Salah satu subjek bahkan mengungkapkan bahwa ketika unggahannya sepi respons, ia merasa gagal, tidak dihargai, dan kehilangan kepercayaan diri. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah membentuk ruang psikologis baru, di mana eksistensi manusia sangat bergantung pada validasi publik digital. Dalam perspektif fenomenologi Martin Heidegger, subjek digital hidup dalam situasi being-seen, yaitu kondisi ketika keberadaan diri hanya terasa nyata jika dilihat dan diakui oleh orang lain (Heidegger, 2008).

Ditemukan juga bahwa flexing sering kali menjadi alat negosiasi sosial. Subjek menggunakan simbol kemewahan untuk memperoleh posisi tertentu dalam relasi sosial, seperti dihormati, dianggap sukses, atau diterima dalam komunitas tertentu. Dengan kata lain, flexing bekerja sebagai mekanisme sosial untuk membangun identitas yang “layak dilihat” di tengah budaya digital yang kompetitif. Akan tetapi, semakin besar kebutuhan untuk diakui, semakin besar pula kecemasan subjek terhadap kemungkinan kehilangan perhatian publik. Di titik inilah flexing berubah menjadi lingkaran eksistensial yang tidak pernah selesai.

Sebagian subjek sebenarnya sadar bahwa citra yang mereka tampilkan tidak sepenuhnya merepresentasikan kehidupan nyata mereka. Akan tetapi, mereka merasa harus terus mempertahankan standar visual tertentu agar tidak kehilangan pengaruh sosial dan perhatian audiens. Beberapa subjek mengaku mengalami tekanan untuk selalu terlihat produktif, kaya, bahagia, dan berhasil meskipun dalam kondisi emosional yang sebenarnya sedang lelah atau terpuruk. Situasi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menciptakan bentuk keterasingan baru, di mana individu perlahan terpisah dari dirinya yang autentik karena terlalu lama hidup dalam identitas digital yang dikonstruksi. Subjek akhirnya tidak hanya memainkan citra untuk orang lain, tetapi juga mulai mempercayai citra tersebut sebagai realitas dirinya sendiri. Dalam konteks fenomenologi, pengalaman ini memperlihatkan bagaimana kesadaran manusia modern semakin dibentuk oleh tatapan publik digital daripada refleksi diri yang otentik.

Penelitian ini menemukan bahwa flexing juga berfungsi sebagai mekanisme pertahanan terhadap rasa tidak aman sosial. Beberapa subjek yang berasal dari latar belakang ekonomi sederhana mengungkapkan bahwa praktik flexing memberi mereka rasa “naik kelas” secara sosial meskipun hanya terjadi di ruang virtual. Simbol kemewahan menjadi alat untuk melawan pengalaman masa lalu berupa penghinaan, keterbatasan ekonomi, atau perasaan diremehkan oleh lingkungan sosialnya. Dengan demikian, flexing bukan hanya tentang pamer kekayaan, tetapi juga tentang perjuangan psikologis untuk memperoleh pengakuan dan harga diri. Namun ironisnya, semakin subjek bergantung pada validasi digital, semakin rapuh pula identitas mereka ketika respons publik tidak sesuai harapan. Di titik ini,

media sosial tidak lagi menjadi ruang ekspresi bebas, melainkan ruang yang secara perlahan mengendalikan emosi, rasa percaya diri, bahkan makna keberadaan manusia itu sendiri.

Operasi Hermeneutika Kecurigaan: Menyingkap Kepalsuan Simbolik di Balik Flexing

Melalui pendekatan Hermeneutika Kecurigaan Paul Ricoeur, penelitian ini menemukan adanya jarak (*distanciation*) antara teks digital dan realitas hidup subjek. Apa yang ditampilkan di media sosial ternyata tidak selalu merepresentasikan kondisi nyata pelaku. Beberapa subjek mengaku sengaja menampilkan citra sukses untuk menjaga gengsi sosial, menarik relasi bisnis, atau menghindari stigma kegagalan. Di sini, teks digital telah terlepas dari intensi asli subjek dan berubah menjadi ruang interpretasi bebas bagi masyarakat. Audiens kemudian membaca simbol kemewahan tersebut sebagai tanda keberhasilan mutlak, padahal realitas kehidupan subjek sering kali jauh lebih rapuh dan kompleks.

Temuan paling menarik lainnya adalah munculnya pola kompensasi psikologis di balik praktik flexing. Banyak simbol kemewahan ternyata digunakan untuk menutupi kecemasan eksistensial, rasa tidak aman, ketakutan akan pengabaian sosial, dan Fear of Missing Out (FOMO). Beberapa subjek bahkan mengaku tetap memaksakan gaya hidup digital mewah meskipun kondisi ekonomi mereka sebenarnya tidak stabil. Dalam konteks ini, flexing berfungsi sebagai “topeng simbolik” untuk menyembunyikan kerapuhan diri. Kemewahan yang dipamerkan bukan lagi tanda kesejahteraan, tetapi mekanisme pertahanan psikologis terhadap rasa inferioritas dan kehampaan hidup.

Secara hermeneutik, simbol-simbol flexing akhirnya dapat dibaca sebagai bentuk alienasi manusia modern. Subjek semakin jauh dari dirinya yang otentik karena terus menerus membangun identitas artifisial demi memenuhi tuntutan budaya visual digital. Mereka hidup dalam citra yang diproduksi sendiri, tetapi sekaligus terpenjara di dalamnya. Dalam masyarakat hiperrealitas, sebagaimana dijelaskan Jean Baudrillard, batas antara realitas dan simulasi menjadi kabur (Baudrillard, 1994). Manusia tidak lagi hidup berdasarkan realitas hidupnya, melainkan berdasarkan citra yang ingin dipercayai orang lain. Dengan demikian, flexing bukan sekadar fenomena media sosial, tetapi gejala krisis eksistensial manusia kontemporer yang kehilangan makna autentik dirinya di tengah dominasi kapitalisme digital dan budaya validasi visual.

Yang paling paradoks dari praktik flexing adalah kenyataan bahwa semakin mewah citra yang dipertontonkan, semakin besar kemungkinan terdapat kehampaan yang disembunyikan di baliknya. Banyak subjek sebenarnya tidak sedang memperlihatkan apa yang mereka miliki, tetapi sedang memperlihatkan apa yang mereka ingin orang lain percayai tentang diri mereka. Di titik ini, media sosial bekerja seperti ruang teater eksistensial: individu memainkan karakter sukses, bahagia, dan mapan agar diterima dalam tatanan sosial digital. Akan tetapi, ketika kamera dimatikan dan layar ditutup, banyak dari mereka kembali berhadapan dengan rasa cemas, kesepian, tekanan ekonomi, bahkan krisis identitas yang tidak pernah benar-benar selesai. Flexing akhirnya menjadi bentuk “teriakan diam” manusia modern yang desperately ingin dilihat, diakui, dan dianggap bernilai oleh dunia luar.

Hermeneutika Kecurigaan memperlihatkan bahwa budaya flexing sesungguhnya sedang membangun masyarakat yang kehilangan kemampuan membedakan antara realitas dan performa. Nilai manusia perlahan direduksi menjadi tampilan visual yang dapat dikonsumsi publik. Orang dianggap berhasil bukan karena kedalaman karakter, integritas, atau makna hidupnya, melainkan karena seberapa mahal simbol yang mampu ia tampilkan di layar digital. Akibatnya, manusia modern hidup dalam tekanan untuk terus “menjual dirinya sendiri” sebagai produk visual yang menarik. Di sinilah letak tragedi budaya digital kontemporer: manusia tidak lagi hidup untuk menjadi dirinya sendiri, tetapi hidup untuk menjadi citra yang disukai dan dipuja oleh tatapan orang lain.

KESIMPULAN

Fenomena flexing di media sosial bukan lagi sekadar tindakan memamerkan kekayaan, melainkan telah berkembang menjadi sistem tanda yang kompleks dalam budaya digital kontemporer. Simbol-simbol kemewahan seperti kendaraan premium, saldo rekening, perjalanan eksklusif, dan gaya hidup glamor tidak lagi berfungsi berdasarkan nilai guna, tetapi berubah menjadi bahasa simbolik untuk membangun status, pengaruh, dan eksistensi sosial di ruang digital. Melalui pendekatan Hermeneutika Kecurigaan Paul Ricoeur, penelitian ini menemukan bahwa di balik kemegahan simbol permukaan tersebut sering tersembunyi kecemasan eksistensial, kebutuhan validasi, rasa tidak aman, hingga krisis

identitas yang dialami subjek. Dengan demikian, flexing dapat dipahami sebagai bentuk kesadaran palsu (false consciousness) yang diproduksi dan direproduksi secara terus-menerus dalam budaya media sosial. Media sosial telah mengubah cara manusia modern memahami keberadaan dirinya. Eksistensi tidak lagi dibangun melalui relasi autentik dan pengalaman nyata, tetapi melalui performa visual yang terus dipertontonkan kepada publik digital. Individu merasa “ada” ketika dilihat, direspons, dan divalidasi oleh audiens media sosial. Dalam situasi tersebut, manusia modern perlahan terjebak dalam hiperrealitas, yaitu kondisi ketika citra lebih dipercaya daripada realitas hidup itu sendiri. Flexing akhirnya bukan hanya persoalan gaya hidup digital, tetapi gejala alienasi manusia kontemporer yang semakin jauh dari dirinya yang autentik.

Secara teoretis, membuktikan bahwa pendekatan fenomenologi dan hermeneutika Ricoeur sangat relevan untuk membedah psikologi serta kesadaran masyarakat digital modern. Pendekatan ini mampu mengungkap bahwa teks digital tidak pernah bersifat netral, melainkan selalu menyimpan lapisan makna ideologis, psikologis, dan eksistensial yang tersembunyi di balik simbol-simbol visual media sosial. Sementara itu, secara praktis penelitian ini memberikan pemahaman kritis bahwa budaya flexing dapat menciptakan tekanan psikologis, kompetisi simbolik, dan standar sosial semu yang memengaruhi cara manusia memandang nilai dirinya sendiri. Tulisan ini juga mengajak masyarakat digital untuk membangun literasi eksistensial, yaitu kemampuan untuk membaca media sosial secara kritis, reflektif, dan penuh kesadaran. Masyarakat perlu memahami bahwa tidak semua yang tampak mewah di layar digital merepresentasikan realitas yang sebenarnya. Di era banjir citra dan simulasi, manusia tidak hanya membutuhkan literasi teknologi, tetapi juga keberanian untuk mempertanyakan makna di balik simbol, menolak terjebak dalam kepalsuan visual, dan kembali menemukan autentisitas dirinya di tengah dunia digital yang semakin dipenuhi topeng dan ilusi sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan untuk Pasca Sarjana Program Studi Magister Pendidikan Agama Kristen Negeri Ambon, yang selalu memacu kami selaku mahasiswa untuk tetap berkarya lewat tulisan karya ilmiah kami.

REFERENCE

- Baudrillard, Jean. *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press, 1994.
- Baudrillard, Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications, 2016.
- Barthes, Roland. *Mythologies*. New York: Hill and Wang, 2012.
- Bauman, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000.
- Creswell, John W. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publications, 2018.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books, 1959.
- Heidegger, Martin. *Being and Time*. New York: Harper & Row, 2008.
- Hine, Christine. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications, 2000.
- Marwick, Alice E. *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New Haven: Yale University Press, 2015.
- Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods*. California: Sage Publications, 1994.
- Rambukkana, Nathan. “Digital Intimacies and the Culture of Visibility in Social Media.” *Social Media + Society* 8, no. 2 (2022): 1–11.
- Ricoeur, Paul. *Freud and Philosophy: An Essay on Interpretation*. New Haven: Yale University Press, 2008.
- Ricoeur, Paul. *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning*. Texas: Texas Christian University Press, 1976.
- Turkle, Sherry. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books, 2017.