

PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA TERHADAP KONTEN FLEXING DI TIKTOK

¹Bintang Fajar Timur, ² Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, ³ Bambang Sigit Pramono

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

bintangfajart766@gmail.com

Abstract

In the post-truth era, information based on personal feelings and beliefs, rather than objective facts, is more easily accepted. This is evident in the trend of "flexing" on TikTok, where flaunting wealth and social status has become commonplace. This study focuses on the perceptions of Communication Science students at 17 Agustus 1945 Surabaya University towards this phenomenon. Employing qualitative methods of interviews and participatory observation, the study delves into the students' perspectives. The findings reveal diverse perceptions. While some students feel inspired and motivated by flexing content, others experience pressure and anxiety due to the high standards of living portrayed. This phenomenon can negatively impact users' mental health and real lives. Understanding these student perceptions is crucial for developing effective strategies to mitigate the negative effects of flexing content. Through education and media literacy initiatives, students can become more critical consumers of information and avoid the detrimental impacts of social media. This study contributes to comprehending the complexities of flexing in the post-truth era and its implications for individuals and society.

Keywords: *post-truth, social media, TikTok, flexing content, student perception, mental health*

Abstrak

Di era post-truth, informasi yang didasarkan pada perasaan dan keyakinan pribadi tanpa fakta objektif lebih mudah dipercaya. Hal ini terlihat jelas dalam konten flexing di TikTok, di mana pamer kekayaan dan status sosial menjadi tren. Penelitian ini fokus pada persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap fenomena ini. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi partisipatif untuk memahami persepsi mahasiswa. Hasil menunjukkan bahwa persepsi mereka beragam. Beberapa mahasiswa merasa terinspirasi dan termotivasi oleh konten flexing, sementara yang lain merasa tertekan dan cemas karena standar hidup yang tinggi yang ditampilkan. Fenomena ini dapat berdampak negatif pada kesehatan mental dan kehidupan nyata pengguna. Penting untuk memahami persepsi mahasiswa ini agar dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengurangi dampak negatif konten flexing. Dengan edukasi dan literasi media, diharapkan mahasiswa dapat lebih kritis dalam menerima informasi dan terhindar dari dampak negatif media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi untuk memahami kompleksitas fenomena flexing di era post-truth dan dampaknya pada individu dan masyarakat.

Kata kunci: Post-Truth, Media sosial, TikTok, Konten Flexing, Mahasiswa, Kesehatan Mental

Pendahuluan

Pada saat ini di era *post truth* atau pasca kebenaran dimana masyarakat lebih mempercayai sebuah hal berdasarkan kepada perasaan, kekuatan emosional, serta keyakinan pribadi tanpa adanya fakta-fakta secara objektif. Maka dari itu, fenomena yang terjadi ini menilai bahwa subjektivitas dapat mengalahkan dari fakta objektif. Hal tersebut tampak jelas dengan banyaknya interaksi sosial masyarakat yang dimana dilakukan melalui media sosial. Adanya interaksi sosial masyarakat pada ruang lingkup dunia maya dengan pemanfaatan teknologi informasi yang telah diciptakan, sehingga menarik rasa simpatik masyarakat. Banyaknya informasi yang dihadirkan maka memunculkan berbagai macam ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas, sehingga berpengaruh terhadap fakta yang terjadi. (Windyaningrum et al., 2022)

Bentuk situasi ketidakpastian yang terjadi saat ini sedang menjadi sorotan sebagai salah satu bahan perbincangan masih hangat di kalangan masyarakat Indonesia adalah fenomena istilah *flexing* (pamer). Dikutip dari portal berita Akurat.co, *flexing* sendiri adalah istilah yang digunakan untuk pamer kekayaan, sertewa dikutip dari Dictionary.com, bahwa asal munculnya kata *flexing* dari bahasa gaul dikalangan ras kulit hitam di Amerika untuk menunjukkan keberanian atau pamer pada tahun 1990-an. Mengutip dari portal berita Tirto.id dan Caritahu.kontan.co.id bahwa kata "*flex*" atau "*flexing*" adalah cara seseorang melenturkan otot dengan kata lain untuk menunjukkan seberapa kuat fisik orang tersebut dan seberapa siap orang tersebut untuk bertarung. Demikian disimpulkan bahwa dalam bahasa gaul dari *flexing* adalah orang yang suka berbohong, serta memiliki banyak kekayaan meskipun realitanya tidak. Mengutip portal berita Kompas.com dari guru besar akademisi dan praktisi bisnis Indonesia Prof. Rhenald Kasali, Ph.D mengatakan orang kaya sesungguhnya tidak ingin menjadi pusat perhatian, karena ada sebuah pepatah mengatakan "*poverty screams, but wealth whispers*", bahwa orang kaya tidaklah berisik, melainkan berbisik. Jadi orang yang melakukan *flexing* dapat dikatakan bukan cerminan dari orang kaya sesungguhnya.

Kegiatan *flexing* ini lebih berfokus kepada kalangan menengah keatas seperti halnya selebriti, artis, publik figur, dan selebgram. *Flexing* lebih tertuju kepada cara untuk meningkatkan taraf sosial yang lebih tinggi pada era digital sekarang. Secara tidak langsung dapat menjadi sebuah fenomena baru guna menarik perhatian masyarakat atau pengikut dari kalangan selebgram dalam media sosial. Fenomena *flexing* menjadi lebih efektif dengan mengeksploitasi secara terus dengan memamerkan harta kekayaan, barang mewah maupun lainnya, guna menarik perhatian demi tujuan dan kepentingan yang bersifat pribadi. Para selebgram juga melakukan *flexing* bukan semata-mata konten, tetapi sebagai keberhasilan atau cara dalam menunjukkan bahwa bidang yang mereka lakukan sukses. Kesuksesan selebgram tersebutlah akhirnya memikat para pengikut dan masyarakat untuk dapat menjadi seperti mereka, tetapi tidak melihat efek yang diakibatkan kemudian hari. (Ayuningtyas, Sadono & Ekoputro, 2021)

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah diatas, maka dari itu penulis merumuskan masalah tentang bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap konten *flexing* di tiktok. Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dapat mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mempersepsikan fenomena *flexing* pada Konten Tiktok. Fokus penelitian yang mendalam secara menyeluruh mengenai konten *flexing* di tiktok dengan melibatkan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai informan dalam mengumpulkan data secara wawancara. Demikian juga ditunjang dengan teori perbandingan sosial dan persepsi, sehingga penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu.

Metode Penelitian

fenomena *flexing* di Tiktok dengan menggunakan pendekatan fenomenologi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Ciri-ciri dari penelitian fenomenologi akan sejalan dengan beberapa sifat penelitian kualitatif. Kualitatif pada penelitian digunakan untuk mencari persepsi dan hakikat dari penampakan, dengan intuisi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Persepsi ini yang pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian dan pemahaman yang hakiki. (Kuswarno, 2009)

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi. Edmund Husserl merupakan tokoh yang pertama kali memperkenalkan prinsip-prinsip penelitian fenomenologis. Dalam penelitian fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman manusia. Konsep utama dalam fenomenologi adalah makna. Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia. Untuk mengidentifikasi kualitas yang esensial dari pengalaman kesadaran dilakukan dengan mendalam dan teliti. Husserl mengenalkan cara mengekspos makna dengan mengeksplisitkan struktur pengalaman yang masih implisit. (Fridha & Octavianti, 2016)

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah penarikan kesimpulan yang awalnya berangkat dari sebuah fakta khusus. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data induktif. Analisis data induktif adalah sebuah penarikan kesimpulan yang berangkat dari sebuah fakta-fakta khusus untuk akhirnya ditarik kesimpulan secara umum. (Ayuningtyas et al., 2021)

Hasil dan Pembahasan

Temuan pertama Persepsi Terhadap Tayangan Konten Flexing di Aplikasi Tiktok. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, peneliti menemukan beberapa temuan menarik terkait persepsi mahasiswa terhadap tayangan konten *flexing* di aplikasi Tiktok. Setiap individu memiliki persepsi yang berbeda dalam menghadapi suatu hal. Tidak terkecuali dengan menanggapi konten yang kurang sehat seperti konten konten flexing di aplikasi Tiktok. Pada penelitian ini, peneliti meneliti tentang persepsi pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah dipilih untuk diwawancara. Peserta yang dipilih adalah sebagian mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, mahasiswa memiliki persepsi yang berbeda mengenai tayangan konten *flexing* yang ada pada aplikasi Tiktok.

Temuan Kedua Dampak Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan, yaitu Indra Bagus Setyawan, Baramada Sulisianto, dan Angga Shafarudin Zakaria, penelitian ini menemukan bahwa terdapat variasi yang signifikan dalam dampak tayangan di aplikasi TikTok terhadap kesehatan mental mereka. Setiap informan memiliki latar belakang pendidikan, finansial, dan kepribadian yang berbeda, yang turut mempengaruhi pandangan mereka terhadap konten tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat ditarik beberapa point pembahasan.poin pertama dalam pembahasan ini terdapat persepsi yang berbeda-beda dari setiap mahasiswa terhadap tayangan konten di aplikasi Tiktok, sehingga dapat menyebabkan pengaruh yang berbeda juga terutama bagi mereka yang menilai tayangan ini dengan persepsi yang positif tentunya juga akan lebih mudah juga dalam terpengaruh dibandingkan dengan mereka yang beranggapan negative. Sarlito W. Sarwono (2009:24) berpendapat bahwa persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Persepsi

berlangsung ketika manusia mendapatkan rangsangan (stimulus) dari dunia luar yang kemudian diserap dan masuk ke dalam otak manusia sehingga mempengaruhi perilaku manusia itu sendiri.

Didalam proses terbentuknya persepsi yang ada, persepsi tidak muncul dengan begitu saja, akan tetapi ada banyak hal yang dapat membuat berpengaruh terhadap hasil persepsi itu sendiri, baik persepsi yang bersifat positif maupun persepsi yang bersifat negatif. Dalam hal ini persepsi positif dapat memberi nilai yang baik pada apa yang ditanggapinya, berbeda dengan persepsi negatif yang menilai sesuatu dengan penilaian yang tidak baik. Biasanya dalam persepsi ini nantinya akan terjadi sebuah penerimaan atau penolakan beberapa informasi yang membuat persepsi dari seseorang itu berbeda-beda menurut cara pandang ataupun dari pemahaman yang dimiliki oleh individu itu sendiri. Jika terdapat informasi atau pesan yang disampaikan itu menarik bagi mereka yang mendengar dan melihat serta merasakan, maka informasi tersebut akan diterima dengan baik pula yang membuat hasil persepsi menjadi positif dan jika informasi atau pesan yang ditimbul akan menjadi sebuah persepsi yang negatif atau terdapat suatu penilaian yang buruk terhadap subjek maupun objek yang telah dipersepsikan tersebut.

Poin kedua dalam pembahasan ini didapati dari hasil penelitian bahwa Teori Perbandingan Sosial (Social Comparison Theory) memberikan landasan yang kuat untuk memahami variasi dalam reaksi individu terhadap konten media sosial. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut menyoroti bagaimana individu cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam upaya untuk mengevaluasi dan memahami diri mereka sendiri dalam konteks sosial. Penerapan Teori Perbandingan Sosial memperjelas bahwa konten flexing di TikTok memicu perbandingan sosial yang kuat di antara mahasiswa. Beberapa mahasiswa mengalami tekanan sosial dan perasaan tidak puas terhadap diri mereka sendiri ketika mereka membandingkan pencapaian dan gaya hidup mereka dengan apa yang mereka lihat dalam konten tersebut. Ini sejalan dengan pandangan Festinger (1954) bahwa perbandingan sosial mendorong individu untuk menilai kemampuan dan pendapat mereka secara objektif. Namun, bagi sebagian mahasiswa lainnya, konten tersebut menjadi sumber motivasi dan aspirasi untuk mencapai kesuksesan yang mereka lihat dalam video. Faktor-faktor konteks, seperti latar belakang pendidikan, finansial, dan kepribadian, juga memainkan peran penting dalam memoderasi dampak konten flexing. Mahasiswa dengan latar belakang finansial yang lebih rendah cenderung lebih rentan terhadap dampak negatif dari konten tersebut, sementara yang memiliki latar belakang yang lebih baik mungkin lebih mampu mengelola perasaan tidak puas dan tekanan sosial yang muncul.

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara terhadap 3 (tiga) informan mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang memiliki persepsi terhadap tayangan konten pada aplikasi Tiktok. Dari ke tiga narasumber yang sudah peneliti wawancarai, terdapat dua persepsi negatif yaitu Indra Bagus Setyawan dan Baramada Sulisianto dan terdapat satu informan yang memiliki persepsi positif yaitu Angga Shafarudin Zakaria.

Dari hasil temuan hasil penelitian, maka peneliti mendapatkan pemahaman bahwa persepsi dari mahasiswa ilmu komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap tayangan Konten flexing di dalam aplikasi Tiktok terbagi menjadi dua, persepsi positif dan persepsi negatif yang telah mereka tonton dari tayangan brownis. Dari ketiga informan yang diwawancarai oleh peneliti tentang persepsi mereka terhadap tayangan Tiktok, maka terdapat

satu informan yang berpendapat positif dan dua informan yang beranggapan negatif. Menurut Robbins dalam (Deriyanto et al., 2018) Sebagaimana stimulus dalam Konten *flexing* di TikTok sering kali menimbulkan perasaan iri, rendah diri, dan ketidakpuasan terhadap kehidupan pribadi. Informan mengungkapkan bahwa tayangan tersebut sering kali menampilkan gaya hidup mewah dan pencapaian luar biasa yang sulit dicapai, sehingga membuat penonton merasa hidup mereka kurang berarti. Hal ini dapat menyebabkan stres dan tekanan mental yang berkelanjutan.

Penutup

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa tayangan konten dalam aplikasi TikTok memiliki potensi untuk menciptakan persepsi yang beragam di kalangan penontonnya. Perbedaan dalam faktor-faktor seperti usia, tingkat pendidikan, kepribadian, dan situasi finansial dapat memengaruhi bagaimana individu menafsirkan dan merespons konten yang mereka saksikan. Persepsi yang terbentuk dapat bervariasi antara positif dan negatif, bergantung pada sudut pandang dan pengalaman masing-masing individu. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan aplikasi TikTok memiliki dampak yang signifikan pada kesehatan mental mahasiswa, terutama dalam konteks perbandingan sosial. Konten yang sering menekankan gaya hidup glamor dapat menyebabkan tekanan psikologis dan rasa tidak puas terhadap diri sendiri di kalangan generasi Z. Selain itu, perbandingan sosial yang terus-menerus dengan pengguna lain dapat meningkatkan kecemasan dan menurunkan harga diri.

Didapati dari hasil penelitian bahwa Teori Perbandingan Sosial (Social Comparison Theory) memberikan landasan yang kuat untuk memahami variasi dalam reaksi individu terhadap konten media sosial. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut menyoroti bagaimana individu cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam upaya untuk mengevaluasi dan memahami diri mereka sendiri dalam konteks sosial. Penerapan Teori Perbandingan Sosial memperjelas bahwa konten *flexing* di TikTok memicu perbandingan sosial yang kuat di antara mahasiswa. Beberapa mahasiswa mengalami tekanan sosial dan perasaan tidak puas terhadap diri mereka sendiri ketika mereka membandingkan pencapaian dan gaya hidup mereka dengan apa yang mereka lihat dalam konten tersebut. Ini sejalan dengan pandangan Festinger (1954) bahwa perbandingan sosial mendorong individu untuk menilai kemampuan dan pendapat mereka secara objektif. Namun, bagi sebagian mahasiswa lainnya, konten tersebut menjadi sumber motivasi dan aspirasi untuk mencapai kesuksesan yang mereka lihat dalam video. Faktor-faktor konteks, seperti latar belakang pendidikan, finansial, dan kepribadian, juga memainkan peran penting dalam memoderasi dampak konten *flexing*. Mahasiswa dengan latar belakang finansial yang lebih rendah cenderung lebih rentan terhadap dampak negatif dari konten tersebut, sementara yang memiliki latar belakang yang lebih baik mungkin lebih mampu mengelola perasaan tidak puas dan tekanan sosial yang muncul.

Saran

Setelah melakukan penelitian, terdapat rekomendasi yang peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian ini dengan adanya teori yang berbeda, elemen yang diangkat juga berbeda, sehingga dapat memperluas penelitian tentang persepsi.

2. Bagi Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Penelitian ini mempunyai manfaat penting bagi mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang dapat digunakan sebagai referensi dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Pertama, penelitian ini membantu meningkatkan kesadaran kritis mahasiswa terhadap dampak konten media sosial, terutama TikTok, terhadap persepsi dan kesehatan mental mereka. Dengan wawasan ini, mahasiswa dapat menjadi lebih selektif dalam mengonsumsi konten dan mengembangkan literasi digital yang lebih baik, sehingga mereka mampu mengevaluasi dan memanfaatkan informasi dari media sosial secara lebih efektif. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan tentang risiko kesehatan mental yang terkait dengan penggunaan TikTok, memungkinkan mahasiswa untuk membentuk kebiasaan sehat dalam penggunaan media sosial, serta mendorong universitas untuk menyediakan program dukungan kesehatan mental yang lebih baik.

Temuan penelitian ini juga dapat membantu Universitas dalam merancang kebijakan dan program yang mendukung penggunaan media sosial yang sehat di kalangan mahasiswa tentang pengelolaan kesehatan mental. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan teoretis tetapi juga manfaat praktis yang membantu mahasiswa dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Daftar Pustaka

- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi : Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Kriyantono, R. (2006). *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI KUANTITATIF DAN KUALITATIF* (Kedua). Prenadamedia Group.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjajaran.
- Mefita, S., & Yualinto, M. (2018). Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin). *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 6(4), 567–573.
- Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz : Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 79–95.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- Nuryana, A., Pawito, & Utari, P. (2019). PENGANTAR METODE PENELITIAN KEPADA SUATU PENGERTIAN YANG MENDALAM MENGENAI KONSEP FENOMENOLOGI. *ENSAINS JOURNAL*, 2(1), 19.
<https://doi.org/10.31848/ensains.v2i1.148>
- Santoso, P. (2016). *KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA*. 1(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37064/ab.jki.v1i1.505>

Sobur, A. (2020). *Filsafat Komunikasi : TRADISI DAN METODE FENOMENOLOGI* (N. N.

Muliawati (ed.); 1st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.

Suyono, S. (2020). Peran Media Sosial dalam Transformasi Budaya Pandhalungan. *Representamen*, 6(02), 50–58. <https://doi.org/10.30996/representamen.v6i02.4266>

Windyaningrum, R., Nurullita, A., Aziz, H. A., & Nurfaizy, R. (2022). *Analisis Isi Pesan*

Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz Pendahuluan. 1(1), 8–17.