

## AJARAN PENGENDALIAN DIRI YOGA TERHADAP PERILAKU *FLEXING* DI SOSIAL MEDIA

Oleh

**Budi Purnomo**

IAHN Tampung Penyang Palangkaraya, letubnyahu@gmail.com

**Kunti Ayu Vedanti**

IAHN Tampung Penyang Palangkaraya, kuntiayurvedanti@gmail.com

**I Dewa Nyoman Adhiwidya Parinatha**

IAHN Tampung Penyang Palangkaraya, idewanyomanap@gmail.com

**Dara Delima**

IAHN Tampung Penyang Palangkaraya, daradelima200@gmail.com

### Abstract

Technology cannot be separated from the human's live. Technological advances, especially the use of the internet in life, are a necessity. Social media, as a means of communication and information, is one of the favorites of internet users in Indonesia. Although in its use, it can have negative impacts if not accompanied by good digital literacy. One of the phenomena of social media users that has the potential to have negative impacts is flexing or showing off behavior on social media. In order to overcome the negative impacts caused by flexing behavior, a study of the teachings of Yoga self-control and its internalization of flexing behavior on social media was conducted. The relevance of the teachings of Yoga self-control to flexing behavior refers to the teachings of yama and niyama self-control which are the basic foundations of Yoga ethics. Both teachings emphasize physical and spiritual discipline to achieve true happiness.

Keywords: Flexing, Yoga.

### I. PENDAHULUAN

Teknologi bagi manusia dimasa kini adalah sebuah kebutuhan yang tidak dapat lepas dari kesehariannya. Jika diibaratkan, kebutuhan akan teknologi dalam kehidupan manusia masa kini layaknya kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi. Teknologi diciptakan manusia dengan tujuan mempermudah kehidupan. Mulanya, teknologi yang digunakan mempermudah manusia dalam pekerjaan sehari-hari, kini teknologi juga mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Kemajuan teknologi informasi berupa akses internet yang sudah menjangkau hingga pelosok wilayah di Indonesia, memberi dampak

dalam perubahan gaya hidup masyarakat. Data dari Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2024 tercatat 221.563.479 jiwa atau sebesar 79,5% dari total populasi masyarakat di Indonesia (Widiana et al., 2024:2).

Data tersebut cukup besar dan berarti sebagian besar masyarakat Indonesia memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan internet yang cukup besar oleh masyarakat tentu memiliki keterkaitan dengan penggunaan sosial media, yang merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web

2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Rafiq, 2020:19). Sosial media sebagai sarana bertukar informasi, komunikasi dan mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru yang relatif cepat dan mudah kemudian menjadi daya tarik bagi masyarakat.

Kemudahan yang ditawarkan sosial media juga menimbulkan dampak negatif apabila tidak dibarengi perilaku bijak dalam penggunaannya. Dibutuhkan filter untuk memilah konten yang dikonsumsi dan juga dibagikan dalam sosial media. Karena, tidak jarang sosial media menjadi sarana penyebaran hoax, ujaran kebencian, hingga konten tidak bermoral. Literasi digital sebagai keterampilan dalam menggunakan perangkat digital untuk menunjang kehidupan dalam hal positif dibutuhkan sebagai kontrol (Helmita et al., 2023:187). Selain itu, dibutuhkan pembinaan dan pembentukan karakter bagi generasi muda untuk dapat menanggulangi dampak negatif dari penggunaan sosial media (Juwita et al., 2015:10).

Penelitian ini, menemukan fenomena perilaku *flexing* yang dilakukan pengguna sosial media. Istilah *flexing* identik dengan perilaku pamer atau *showing off*. Dalam penerapannya sering dikaitkan dengan kegiatan pamer di sosial media. Kata ini muncul beriringan dengan *influencer*, yakni julukan bagi orang yang mampu mempengaruhi orang lain melalui sosial media (Nurhayat & Noorrizki, 2022:370). Kecenderungan perilaku *flexing* di sosial media diakibatkan kebutuhan popularitas dan pengakuan diri. Kata yang berasal dari Amerika ini digunakan untuk menyebutkan perilaku menonjolkan keglamoran, kelimpahan dan kekayaan yang dimiliki sebagai bentuk *self-esteem* yang tinggi dan menunjukkan eksistensi diri. Dampak negatif *flexing*, diantaranya; (1) berpotensi memaksakan keadaan, (2)

kesulitan mendapatkan teman, dan (3) mengganggu kepribadian seseorang (Wahidah & Khodijah, 2023:24-26).

Literatur review pada penelitian ini menemukan beberapa penelitian terdahulu tentang *flexing*. Budiartini dkk meneliti tentang Perpektif Etika Hindu terhadap Perilaku *Flexing* pada Pengguna Instagram, menemukan bahwa ajaran sapta timira dalam Agama Hindu menggambarkan situasi tersebut, yakni tujuh kegelapan yang mampu membuat manusia lupa dengan jati dirinya. Berdasarkan ajaran sapta timira tersebut hendaknya manusia menyadari dan menghindari perilaku yang tidak sesuai dengan etika dan moral Hindu (Budiartini et al., 2022:220-226). Pramudya mengemukakan perilaku *flexing* berdampak pada mental pelakunya, yang menyebabkan depresi dan pengaruh buruk pada diri. Lebih lanjut, seseorang dapat kehilangan identitas diri dan haus akan pengakuan. Dampak tersebut berpengaruh pada kesehatan mental yang berbahaya jika tidak ditangani (Pramudya et al., 2023:70-72). Hariyono & Pradana mengungkapkan fenomena *flexing* pada Media Sosial persepsi Generasi Z. Penelitiannya menemukan bahwa; 1) tidak semua individu melakukan *flexing* dengan alasan yang sama, 2) persepsi terhadap *flexing* tergantung kontrol diri dan pengalaman hidup, dan 3) terjadinya perilaku *flexing* dari sudut pandang subjek dan peneliti terdapat faktor maupun indikator yang mempengaruhi (Hariyono & Pradana, 2024:35). Putri & Rosa mengungkapkan bahwa *flexing* yang dilakukan generasi Z sebagai *the third order of simulacra* yakni dunia didominasi simulasi sebagai dampak perkembangan teknologi. Instagram telah bertransformasi sebagai media yang menampilkan postingan image kesempurnaan yang menarik perhatian pengguna, mendorong penonton menunjukkan hal serupa sehingga mengalami peregeseran fungsi sebagai

‘mesin hasrat’ (Putri & Rosa, 2024:23). Yulindasari mengemukakan bahwa praktik *flexing* oleh perempuan suku Bugis di Kecamatan Maritengngae telah menjadi bagian dari habitus masyarakat sidrap. Perempuan Bugis menggunakan uang untuk membeli perhiasan emas dan barang mewah dan mendapatkan dukungan untuk melakukan *flexing*. Perilaku tersebut diyakini sebagai penentu status sosial ekonomi dalam masyarakat bugis (Yulindasari et al., 2024:195).

Penelitian terdahulu terhadap perilaku *flexing* menunjukkan bahwa *flexing* seolah menjadi trend di masyarakat, terutama bagi pengguna sosial media. Kebutuhan menunjukkan kesempurnaan sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Putri & Rosa pada generasi Z, menunjukkan bahwa *flexing* dapat memenuhi hasrat dan keinginan untuk memperlihatkan kehidupan yang sempurna untuk menarik perhatian dan likes di sosial media. Tentu fenomena *flexing* dapat berdampak positif dan negatif tergantung dengan perilaku dan tujuan melakukan *flexing*. Terhadap trend tersebut, dibutuhkan filter dan kontrol dari dalam diri. Sejalan dengan kebutuhan tersebut, ajaran Yoga sebagai salah satu ajaran etika Agama Hindu relevan dikaji terhadap fenomena *flexing*. Sejalan dengan hakikat Yoga sebagai cara menghubungkan diri dalam dimensi kerohanian, dengan mampu menyeimbangkan diri dengan yoga, dapat memberi tuntunan bagi seseorang untuk senantiasa berbuat baik, seimbang antara pikiran, perkataan dan perbuatan (Juniartha, 2020:97). Relevansi pengkajian ajaran pengendalian diri dalam Yoga diharapkan mampu memberi sumbangsih pandangan dan pemikiran terhadap perilaku *flexing* di sosial media, diharapkan mampu menanggulangi dampak negatif yang ditimbulkan perilaku *flexing* di masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan *literatur*

*research*. Penelitian ini melakukan analisis dengan menyusun secara sistematis dalam bentuk kalimat dan kata-kata mengenai objek yang diteliti.

## II. PEMBAHASAN

### Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Flexing

Perilaku *flexing* digunakan sebagai bahasa pergaulan yang berarti pamer atau merasa bangga terhadap sesuatu (Solikhah, 2023:56). Perilaku *flexing* dewasa ini marak dijumpai pada pengguna sosial media. Fenomena tersebut terkait dengan kebutuhan eksistensi diri dan pengakuan dari penonton atau *viewers* sosial media. Tujuan *flexing* juga untuk mendapatkan perhatian dan menunjukkan posisi sosial seseorang. *Flexing* dapat digunakan untuk membangun kesuksesan sebagai marketing sosial media yang efektif. Perilaku ini bagi beberapa orang tidak dianggap sebagai sesuatu yang buruk, melainkan memperoleh respon positif dari target konten yang kebanyakan diunggah oleh *influencer* dan memberikan keuntungan bagi *influencer*. Hal tersebut salah satunya yang meningkatkan keinginan seseorang untuk melakukan hal serupa (Nurhayat & Noorrizki, 2022:371-372).

Kendati demikian, *flexing* juga memiliki pengaruh negatif yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat. *Flexing* menyebabkan pergeseran nilai kehidupan dan fungsi barang ataupun benda. Barang atau benda tidak lagi dilihat berdasarkan fungsinya, namun berdasarkan merk atau simbol (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023:176-177). Hariyono & Pradana mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku *flexing*, sebagai berikut:

1. *Insecure*, yakni rasa tidak aman atau kurang percaya diri dikarekanan orang lain membagikan konten kemudian membandingkan dengan diri sendiri.

2. Manipulasi diri agar terlihat Makmur, membuat situasi terlihat tidak seperti kenyataannya yang dapat dilakukan seseorang dengan membagikan postingan di sosial media.
3. Obsesi terhadap barang yang belum banyak dimiliki seseorang, menimbulkan rasa puas.
4. Ingin diterima atau diakui oleh lingkungan sosial dengan cara membagikan postingan di sosial media.
5. Terpengaruh dengan pandangan orang lain terhadap diri, sehingga berusaha menyangkal dan menunjukkan perlawanan dengan *flexing* di sosial media.
6. Memaksakan keadaan materil.
7. Merasa sulit berteman dan membangun hubungan (Hariyono & Pradana, 2024:31-35).

Wahidah & Khodijah mengemukakan beberapa alasan seseorang melakukan *flexing* di sosial media perspektif psikologi, sebagai berikut:

1. Kurang empati, cenderung tidak memikirkan rasa tidak nyaman atau terganggu orang lain yang melihat postingan tersebut.
2. Kebutuhan eksistensi diri dengan beranggapan bahwa kemewahan yang ditunjukkan dapat menarik simpati banyak orang sehingga mengganggu diri eksis.
3. Citra diri dengan beranggapan bahwa mengunggah pencapaian di sosial media dapat meningkatkan branding dirinya.
4. Menutupi rasa *insecure* atau rendah diri dengan menganggap bahwa perilaku pamer atau *flexing* dapat menutupi kekurangan diri (Wahidah & Khodijah, 2023:24-25).

Masruri juga mengemukakan hal yang melatarbelakangi perilaku *flexing* adalah; (1) perwujudan untuk memperlihatkan keberadaan, kedudukan, eksistensi serta hasrat terhadap kedudukan sosial eksklusif, (2)

berusaha tampil setara dengan orang lain atau pasangan, (3) bertujuan untuk menarik orang lain dalam investasi atau bisnis, (4) tuntutan lingkungan dan kepribadian, dan (5) minim empati terhadap orang lain (Masruri, 2024:207). Berdasarkan beberapa pendapat tentang faktor penyebab perilaku *flexing*, dapat disimpulkan bahwa *flexing* umumnya dilatarbelakangi oleh keinginan untuk menunjukkan eksistensi diri yang dibarengi dengan sikap kurang empati terhadap orang lain. Perilaku *flexing* yang dilakukan juga diakibatkan berbagai tujuan untuk menarik perhatian penonton di sosial media.

#### **Internalisasi Ajaran Pengendalian Diri Yoga terhadap Perilaku Flexing**

Kehidupan yang damai dan tentram adalah harapan ideal bagi setiap orang. Agama Hindu memiliki konsep *Tri Hita Karana*, sebagai upaya untuk menjaga keharmonisan kehidupan manusia dengan Tuhan, manusia dan alam sekitar (Padet & Krishna, 2018:38). Konsep tersebut menyebutkan bahwa 'hubungan baik' adalah kunci bagi manusia untuk mencapai keharmonisan dan kebahagiaan di dunia. Hubungan baik, khususnya dengan sesama manusia adalah keniscayaan yang hendaknya dijaga oleh tiap orang di masyarakat. Menjaga hubungan baik tersebut tentu dengan merawat dan menjaga kehidupan sosial masyarakat yang harmonis, tidak melakukan perbuatan yang menyakiti dan merugikan sesama manusia.

Merawat kehidupan dan hubungan dengan sesama manusia agar senantiasa harmonis dapat diupayakan dengan menjaga perilaku dan etika dalam pergaulan. Etika yang baik dalam pergaulan mempengaruhi sikap manusia dengan manusia lainnya dalam berinteraksi. Etika yang baik akan menyebabkan perasaan nyaman dan tenang dalam berinteraksi. Konsep dasar tentang etika dalam Agama Hindu adalah *Tri Kaya Parisudha*, yakni tiga perilaku yang senantiasa disucikan, terdiri

dari; *manacika parisudha* (berpikir yang baik), *wacika parisudha* (berkata yang baik), dan *kayika Parisudha* (berbuat yang baik) (Budayasa & Dharmawan, 2023:518). Ketiga perilaku yang hendaknya disucikan tersebut adalah konsep dasar etika Agama Hindu bagi manusia dalam menjaga hubungan baik dengan sesama manusia. Lebih lanjut, terhadap fenomena *flexing*, menjaga perilaku agar senantiasa baik dan suci dibutuhkan. Selain itu, sikap pengendalian diri juga menjadi hal lain yang hendaknya diperhatikan. Karena *flexing* sebagai perilaku pamer yang kerap dilakukan di sosial media, apabila tidak dikontrol dengan pengendalian diri, akan mengakibatkan dampak negatif bagi pelaku dan penonton.

Ajaran pengendalian diri dalam Agama Hindu salah satunya ada di dalam yoga. Yoga tidak hanya sebagai ajaran etika yang mengatur norma dan seperangkat moral, namun lebih dalam dari itu. Etika yoga secara garis besar melatih kesatuan pikiran, jiwa dan tubuh. Keseimbangan dan penyatuan dibentuk melalui *sadhana* atau disiplin yoga, pengendalian diri merupakan hal utama yang ditekankan bagi praktisi yoga untuk mencapai kesadaran dan penyatuan dengan Tuhan (Anjani, 2024:108). Konsep dasar ajaran yoga tersebut jika dikaji terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat memiliki keterkaitan. Manusia masa kini, mengedepankan pemuasan hasrat dan hawa nafsu untuk mencapai kebahagiaan. Meskipun 'hasrat' dan 'nafsu' tersebut tidak berkesudahan, semakin dikejar maka akan tiada habisnya. Terhadap perilaku *flexing*, sikap pamer untuk memenuhi hasrat pengakuan dari orang lain, menyebabkan pelakunya selalu mengupayakan untuk melakukan *flexing* dari waktu ke waktu. Lambat laun menjadi kecanduan melakukan *flexing* yang mengakibatkan harus mengupayakan berbagai macam cara untuk memenuhi kebutuhan pamernya, baik dengan membeli barang-

barang mewah dan mahal, atau dengan melakukan kegiatan yang menghambur-hamburkan uang dengan tujuan pamer. Sosial media sebagai wadah untuk *flexing*, juga meningkatkan kecenderungan orang-orang untuk beradu konten. Tidak jarang, karena *influencer* melakukan *flexing*, maka pengikut dan penggemarnya melakukan hal serupa.

Pengendalian diri adalah sikap yang dibutuhkan jika menilik fenomena *flexing* dengan dampak negatifnya. Ajaran pengendalian diri dalam yoga dikenal dengan *yama*, yakni ajaran pengendalian diri dari unsur jasmani dan *niyama*, yakni ajaran pengendalian diri dari unsur Rohani (Sutarti, 2022). Pengendalian diri secara jasmani yang disebut *yama brata*, terdiri dari; (1) *ahimsa*, yakni perilaku tanpa kekerasan atau tidak menyakiti makhluk lain, (2) *satya*, yakni perilaku jujur atau teguh dengan kebenaran, (3) *asteya*, yakni perilaku tidak mencuri, (4) *brahmacarya*, yakni perilaku pengendalian diri dalam kesucian, dan (5) *aparigraha*, yakni tidak terikat dengan duniawi. Sedangkan pengendalian diri secara Rohani atau disebut *niyama brata* terdiri dari; (1) *sauca* yakni kesucian, (2) *santosa* yakni kepuasan diri, (3) *tapah*, yakni disiplin diri, (4) *svadhyaya*, yakni perenungan diri, dan (5) *isvara pranidhana*, yakni pencerahan (Anjani, 2024:110-112).

Ajaran pengendalian diri yoga tersebut, jika diuraikan dalam hubungannya dengan perilaku *flexing*, adalah sebagai berikut;

1. Implementasi *yama* adalah dengan pengendalian diri secara jasmani, manusia diharapkan mampu mengendalikan keinginan panca indranya dengan bijaksana. Pengendalian diri berupa *yama brata* tersebut dengan hakikat bahwa panca indra manusia adalah gerbang kemelekatan duniawi. Ajaran pengendalian diri dari *yama*

brata yang dapat diinternalisasikan guna menghindari perilaku *flexing* yang berdampak negatif, yakni; pertama perilaku jujur, yang dapat diterapkan oleh seseorang sehingga menghindari perilaku manipulasi keadaan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Sehingga seseorang senantiasa jujur dalam mengunggah konten di sosial media. Kejujuran tersebut menjaga pikiran dan Rohani pengguna sosial media dalam kesucian. Kedua, *brahmacharya* yang diterjemahkan sebagai pengendalian diri dalam kesucian. Sikap ini dapat diterapkan pada pengguna sosial media untuk menghindari menghamburkan uang untuk kebutuhan *flexing* dengan tidak terkendali. Dengan menerapkan *brahmacharya*, dapat mengendalikan diri dari perilaku yang tidak pantas dan menyesuaikan dengan kemampuan diri. Dan keempat aparigraha, yakni tidak terikat dengan duniawi. Sikap *aparigraha* ini dapat menjadi kontrol yang mengingatkan pengguna sosial media, bahwa kehidupan duniawi ini hendaknya tidak mengikat. Sehingga, manusia hendaknya menyadari bahwa kehidupan yang diajarkan dalam Agama Hindu adalah kehidupan yang selaras antara duniawi dan rohani.

2. Implementasi *niyama* adalah dengan pengendalian diri secara rohani, manusia diharapkan mampu menyadari hakikatnya sebagai makhluk yang berasal dari Tuhan dan mengupayakan penyatuan diri dengan Tuhan. Ajaran *niyama* yang dapat diinternalisasikan dalam diri sebagai pengguna media sosial dan menanggulangi dampak negatif perilaku *flexing* adalah; pertama, *sauca* yakni kesucian. Sikap ini diharapkan dimiliki oleh setiap manusia, agar menjaga kesucian

pikiran dan raganya. Dengan kesucian, maka manusia dapat membedakan perbuatan yang baik dan buruk. Terhadap perilaku *flexing*, ajaran ini dapat mengontrol konten yang dibagikan sehingga dihindarkan dari konten yang tidak pantas dikonsumsi publik. Kedua, *santosa* yakni kepuasan diri. Sikap ini sangat penting dimiliki pengguna sosial media. Karena, perilaku *flexing* umumnya dimulai karena membandingkan kehidupan diri dengan orang lain, juga keinginan untuk melakukan *flexing* agar terlihat berstatus sosial tinggi. Dengan mengamalkan *santosa* atau kepuasan diri, setiap orang akan senantiasa penuh rasa syukur akan kehidupannya dan terhindar dari perilaku *flexing* dan dampaknya yang merugikan. Dan ketiga, *svadhyaya* yakni perenungan diri. Sikap ini merupakan sikap yang hendaknya dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupan kesehariannya. Terhadap perilaku *flexing*, sikap ini dapat diterapkan guna menghindari mengunggah konten *flexing* yang merugikan diri sendiri dan penonton di sosial media. Dengan perenungan diri, pengguna sosial media dapat merenungkan konten yang akan diunggah, sehingga menghindari mengunggah konten-konten negatif yang dapat merugikan pengguna sosial media lainnya.

### III. SIMPULAN

Kemajuan teknologi dan internet sangat pesat dan mempengaruhi setiap lini kehidupan masyarakat. Salah satu pemanfaatan kemajuan internet adalah penggunaan sosial media dalam keseharian masyarakat. Sebagai sarana komunikasi dan informasi yang praktis dan efisien, sosial media membawa

dampak positif dan negatif bagi penggunaannya. Salah satu perilaku pengguna sosial yang berpotensi menyebabkan dampak negatif adalah perilaku *flexing*. Terhadap dampak negatif perilaku *flexing*, pengkajian nilai ajaran pengendalian diri Yoga relevan. Yoga sebagai ajaran disiplin diri dan spiritual, memiliki ajaran yang dapat diinternalisasikan sebagai filter dampak negatif *flexing*. Pertama, ajaran *yama* yang berisikan pengendalian diri secara jasmani, memberikan pengetahuan tentang pentingnya manusia mengendalikan diri dari kemelekatan duniawi guna menghindari penderitaan dalam hidupnya. Kedua, ajaran *niyama* yang berisikan pengendalian diri secara rohani, memberikan bimbingan kepada manusia untuk dapat meningkatkan kesadaran spiritual dan kesucian rohani untuk menghindari perilaku yang tidak sesuai moral dan etika. Kedua ajaran pengendalian diri Yoga tersebut dapat diimplementasikan dalam perilaku bersosial media sehingga dapat menghindari dampak negatif yang dapat ditimbulkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, N. K. (2024). Pendidikan Etika Yoga Dalam Membangun Moralitas Mahasiswa Hindu. *Jurnal Yoga Dan Kesehatan*, 7(1), 103–116.
- Budayasa, I. M. R., & Dharmawan, K. A. (2023). Implementasi Ajaran Tri Kaya Parisudha Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Hindu Dan Budi Pekerti di SD Taman Tirta. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 516–530.  
<https://doi.org/10.37329/metta.v3i4.1982>
- Budiartini, N. P. A., Puspawati, S. R., & Suryosumunar, J. A. Z. (2022). Perspektif Etika Hindu terhadap Perilaku Flexing pada Pengguna Instagram. *Sanjiwani Jurnal Filsafat*, 13(2), 217–227.
- Hariyono, M., & Pradana, H. H. (2024). Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z. *Psycho Aksara Jurnal Psikologi*, 2(1), 29–36.
- Helmita, Yudhinanto, C., Armalia, Reny, W., Surya, M. R. E., & Indriyani, S. (2023). *Bijak Berinteraksi di Media Sosial*. 4(4), 184–192.
- Juniartha, M. G. (2020). Praktik Yoga Sebagai Sosial Religius Membentuk Perilaku Susila. *Jurnal Yoga Dan Kesehatan Jurusan Yoga Kesehatan Fakultas Brahma Widya IHDN Denpasar*, 3(1), 84–98.
- Juwita, E. P., Dasim, B., & Nurbayani, S. (2015). Peran Media Sosial terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung. *Jurnal Societas*, 5(1).
- Masruri, A. (2024). Ayat-Ayat Flexing dan Konstektualisasinya dalam Kajian Psikologi: Sebuah Pendekatan Terhadap Fenomena Pamer dalam Media Sosial. *MUMTAZ Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Keislaman*, 8(2), 199–215.
- Nurhayat, E., & Noorrizki, R. D. (2022). Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem. *Flourishing Journal*, 2(5), 368–374.  
<https://doi.org/10.17977/um070v2i52022p368-374>
- Padet, I. W., & Krishna, I. B. W. (2018). Falsafah Hidup dalam Konsep Kosmologi Tri Hita

- Karana. *Genta Hredaya*, 2(2), 37–43.
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). Analysis of The Influence of Flexing in Social Media on Community Life. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 7(1), 173–178.
- Pramudya, M. A., Wibowo, T. O., Indriani, M., Rahman, M. A. F., & Syafuddin, K. (2023). Flexing In Social Media: Between Confession And Conflict In An Islamic Perspective. *Sahafa: Journal of Islamic Communication*, 6(1), 65–73.
- Putri, E. Y., & Rosa, D. V. (2024). Flexing Sebagai Simulasi Mesin Hasrat dan Fragmentasi Tubuh Generasi Z. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(1), 14–24.  
<https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.622>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 3(1), 18–29.
- Solikhah, P. (2023). The Effect of Flexing and Personal Branding on Social Media on the Lifestyle of Milenial Islamic Students in Yogyakarta Indonesia. *Nusantara Islamic Economic Journal*, 2(1), 54–66.
- Sutarti, T. (2022). Praktik Meditasi Yoga untuk Meningkatkan Pengendalian Diri dan Penguatan Daya Intuisi. *Widya Aksara Jurnal Agama Hindu*, 27(2), 203–217.
- Wahidah, J. N., & Khodijah. (2023). Fenomena Flexing di Medsos: Dampaknya pada Hubungan Sosial dan Ekonomi. *HIDMAH Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 22–33.
- Widiana, A., Rusliana, L., & Busro. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Regiliusitas Remaja Melalui Pendekatan Kualitatif Deskriptif. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 9(1), 1–9.
- Yulindasari, A., Mengge, B., & Syam, R. (2024). Flexing sebagai Habitus: Analisis Praktik Sosial Perempuan Bugis di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidrap. *SABANA (Sosiologi, Antropologi Dan Budaya Nusantara)*, 3(2), 3–2.