

Mencegah Flexing Menjadi Berkat Bagi Sesama di Media Sosial dalam Iman Kristen

Cornelia Mariana Mainake¹, Yanto Paulus Hermanto²

STT Kharisma Bandung

E-mail: nellysetiawan17@gmail.com¹, y_paulus@yahoo.co.id²

Article History:

Received: 04 Maret 2025

Revised: 01 April 2025

Accepted: 06 April 2025

Keywords: *Flexing, Social Media, Becoming a Blessing.*

Abstract: *The existence of various problems in the policy of using social media encouraged the author to conduct research on the problem of using social media, especially regarding flexing behavior, both its causes, how to prevent it and reviewing it from the perspective of the Christian Faith. The aim of this research was to prevent flexing behavior and make every child of God a blessing through every upload on social media. Writing this journal uses a qualitative descriptive method taken from journals, scientific articles, books and other sources relevant to the existing problem, field of research or theory so as to provide a summary, description and critical evaluation of the work. Observations without participants were carried out to collect data, study scientific literature and researchers observe phenomena that occur on social media. The findings obtained regarding flexing behavior and social media, apart from having negative but also positive impacts, such as spreading the word of God through live sermons, upload the word of God, spiritual books so that believers can grow and be a blessing to others.*

Article History:

Received: 04 Maret 2025

Revised: 01 April 2025

Accepted: 06 April 2025

Kata Kunci: *Flexing, Media Sosial, Menjadi Berkat.*

Abstrak: Adanya beragam persoalan di dalam kebijakan menggunakan media sosial mendorong penulis untuk melakukan penelitian mengenai masalah penggunaan media sosial terkhusus tentang perilaku *flexing* baik dari penyebabnya, bagaimana mencegahnya serta meninjaunya dari segi Iman Kristen. Tujuan Penelitian ini dilakukan dalam rangka mencegah perilaku *flexing* serta menjadikan setiap anak Tuhan bisa menjadi berkat melalui setiap unggahan di media sosial. Penulisan Jurnal ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang diambil dari jurnal, artikel ilmiah, buku serta sumber lain yang relevan dengan masalah yang ada, bidang penelitian ataupun teori sehingga memberikan ringkasan, deskripsi dan evaluasi kritis dari karya tersebut. Observasi tanpa partisipan dilakukan untuk

pengumpulan data, studi kajian literatur ilmiah serta peneliti mengamati fenomena yang terjadi di sosial media. Hasil temuan yang yang didapatkan mengenai perilaku *flexing* dan juga media sosial selain mempunyai dampak negatif juga positif seperti untuk menyebarkan firman Tuhan melalui khotbah secara *live*, mengunggah firman Tuhan, buku – buku rohani sehingga orang percaya bisa bertumbuh serta menjadi berkat bagi sesama.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi di era ini mengalami kemajuan yang sangat signifikan dan sangat menguasai dunia digital pada masyarakat luas tanpa mengenal batasan umur. Untuk menyampaikan informasi dan sebagai alat komunikasi, media sosial lah yang dipakai sebagai salah satu sarana teknologi saat ini (Camerling et al., 2020). Di satu sisi, potensi negatif di media sosial memang tidak dapat diabaikan. Golongan orang yang tidak bertanggung jawab memakai media sosial demi kepentingan sekelompok orang menimbulkan dampak negatif kepada masyarakat umum. Mereka kerap menggunakannya untuk hal-hal yang kurang baik, seperti berita *hoax*, *hate speech*, *pornografi*, judi online, provokasi kekerasan maupun gerakan kriminal lainnya (Belo, 2021).

Kehadiran platform media jejaring sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, YouTube, Google, Tiktok dan yang lainnya telah berhasil mengubah cara interaksi dan komunikasi individu saat ini. Aspek teknologi cukup berpengaruh terhadap tingkah laku *flexing*. Media jejaring sosial sebagai platform digital merupakan salah satu media terpopuler untuk orang Indonesia untuk mempertontonkan *flexing*, kondisi tersebut dapat dilihat dari meroketnya *user* sosial media di negara ini. Sosial Networking sebagai ruang digital juga berfungsi sebagai saluran utama bagi masyarakat Indonesia dalam melakukan tindakan *flexing*.

Dari data Survey We are Social (2024), didapatkan bahwa *user* internet dunia menghabiskan waktu rata - rata sekitar 2 jam 23 menit di dalam sehari. Indonesia masuk dalam 10 besar pengguna media sosial terbanyak di dunia. Dari data dan survey juga di dapatkan bahwa usia 16 – 24 tahun adalah usia pemakai internet / media sosial yang banyak untuk tujuan mengakses berbagai informasi. Dengan data tersebut tidak lah heran kalau tampil di media sosial sudah menjadi semacam kebutuhan serta kebiasaan sehingga seseorang akan berusaha menampilkan dirinya sekeren mungkin meskipun pada kehidupan nyata bisa saja tidak demikian sebagaimana yang ditampilkan (Fahmi et al., 2024).

Saat ini banyak orang ingin menunjukkan apa yang dimilikinya seperti tas mewah, mobil mewah, rumah yang wah, liburan ke luar negeri dengan fasilitas high end dan lain-lain. Munculnya *crazy rich* di kalangan anak muda membuktikan bahwa fenomena ini telah menjadi viral dan booming di negara kita Indonesia terkhusus di area perkotaan . Ada yang berpendapat bahwa mereka ini adalah *OKB* (*Orang Kaya Baru*). Tanpa malu atau segan mereka memamerkan barang-barang mewah kepunyaan mereka (Patasik et al., 2023).

Menurut Patasik dkk, perilaku *flexing* yang dilakukan seseorang dapat menimbulkan dampak negatif dimana dapat menciptakan iri hati, rendah diri, dan ketidakpuasan pada diri sendiri, ketidaknyamanan terutama bagi yang merasa kurang mampu melakukannya. Namun di pihak lain para pelakunya juga bisa terjebak dalam perilaku konsumerisme dan hedonisme demi menaikkan status sosial di kalangannya agar kelihatan lebih kaya untuk mendapatkan sebuah

pengakuan (Patasik et al., 2023). Secara positif, media sosial dapat digunakan sebagai sarana yang baik dan efektif untuk promosi seperti: promosi usaha, kulineran, tempat liburan dan lain-lain. Media ini juga seringkali digunakan untuk fungsi pendidikan, untuk membangun *image* lembaga atau perusahaan dan digunakan sebagai sarana penyampaian informasi. *Flexing* dapat juga dipergunakan untuk membentuk *image* finansial sebagai metode agar pemasukan meningkat. *Flexing* digunakan oleh influencer sebagai alat pemasaran untuk memperoleh atensi dari pengikut mereka di sosial media. Terkait situasi tersebut, mereka berusaha menampilkan prestasi pencapaian yang bisa diperoleh jika mengikuti atau menggunakan barang dari merek tertentu (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023).

Kristanto dan Pujiono menjelaskan bahwa generasi muda Kristiani menghadapi berbagai tantangan dalam pengertian dan penerapan nilai-nilai ke-Kristenan di media sosial. Penting untuk memanfaatkan media sosial (termasuk perilaku *Flexing* di dalamnya) sebagai sarana yang mumpuni dalam menaikkan pertumbuhan kerohanian pada generasi Yeremia dan menjadi sumber pembelajaran bagi mereka. Masalahnya apa semua ini sudah menjadi fondasi dasar bagi generasi muda Kristiani dan juga umat Kristen secara keseluruhan (Kristanto & Pujiono, 2023).

Beragam persoalan di dalam media sosial khususnya trend *Flexing* ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian mengenai masalah penggunaan media sosial terkhusus tentang perilaku *flexing* baik dari penyebabnya, bagaimana mencegahnya serta meninjaunya dari segi Iman Kristen. Tujuan Penulisan Jurnal ini adalah untuk mencegah perilaku *Flexing* serta menjadikan setiap anak Tuhan bisa menjadi berkat melalui setiap unggahan di media sosial. Umat Kristiani seharusnya bisa mempergunakannya untuk perluasan berita keselamatan Injil dimana melalui sarana ini dapat menjadi salah satu ladang untuk menjangkau jiwa.

METODE PENELITIAN

Penulisan Jurnal ini menggunakan kualitatif deskriptif sebagai metode yang bersumber dari artikel ilmiah, buku, dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang ada, sub bidang penelitian, teori, sehingga memberikan penjelasan, ringkasan, dan evaluasi kritis dari hasil karya tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi tanpa partisipan, studi kajian literatur ilmiah serta peneliti mengamati fenomena yang terjadi di sosial media.

Penelitian kualitatif bertujuan mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi ketika penelitian berjalan, memberikan hasil nyata. Kutipan data untuk gambaran penyajian laporan adalah isi dari laporan penelitian (Sugiyono, 2022). Data deskriptif yang dihasilkan berupa kata tertulis dan lisan dari orang-orang, serta perilaku yang diamati dijelaskan oleh Bogdan dan Taylor sebagai prosedur penelitian kualitatif. Pendekatan ini diarahkan pada individu secara holistik berkaitan dengan latar belakang subjek penelitian untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian (Bogdan, Robert, 1990). Kajian pustaka yang dilakukan ialah menggunakan berbagai literatur yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu mengenai *Flexing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian *Flexing*

Pengistilahan *Flexing* dipakai dalam menunjukkan seseorang yang kerap pamer. Fenomena *flexing* ini semakin sering dilakukan berkaitan dengan situs online, sehingga orang sepertinya dengan mudah dan tertarik saling menunjukkan sesuatu yang dimilikinya (Khayati et al., 2022).

Disadur dari Urban Dictionary, Vivianisa (2024) menjelaskan *flexing* merujuk pada tindakan membanggakan diri terkait uang atau barang mahal. Secara sederhana, dapat diartikan

sebagai tindakan pamer(Vivianisa, 2024).

Atribut - atribut yang dianalisis dalam fenomena *flexing* yang dilakukan oleh para generasi muda di dunia maya yaitu: *Pertama*, pakaian dan barang mewah yang diperlihatkan di media sosial dijadikan sebagai ikon status dan parameter keberhasilan dalam dunia maya. Tingkat sosial,kekayaan dan prestise terlihat dalam penggunaan brand, lambang atau logo dan gaya tertentu yang ditampilkan; *Kedua*, situs traveling untuk liburan atau lokasi yang ditampilkan dalam media sosial dijadikan sebagai gambaran strata tertentu. Semakin glamor, eksotis dan berkelas tempat atau lokasi yang di unggah, semakin bergensi pula nilai yang didapatkan ; dan *Ketiga*, jumlah pengikut (followers) dan like yang didapatkan dalam akun media sosial yang menjadi ikon popularitas dan pengakuan akan kehadirannya di dunia maya.

Parameter yang muncul dalam interaksi sosial di dunia maya diinterpretasikan oleh individu, sehingga membentuk persepsi tentang bagaimana publik memberikan penilaian khusus terhadap identitas sosial tertentu. Nurul Fahmi dkk (2024) menjelaskan bahwa identitas sosial ini biasanya mengacu pada status sosial yang dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan, kondisi ekonomi, jabatan atau profesi, serta garis keturunan(Fahmi et al., 2024).

Kecenderungan *flexing* di media sosial memberikan dampak yang beragam pada pola hayati masyarakat. *Flexing* sebenarnya tidak melulu berkaitan dengan kekayaan dan keglamoran; bisa juga tentang prestasi hebat atau kesuksesan. *Flexing* akan memberikan dampak positif ketika dilakukan untuk membangun image personal. Contohnya, strategi penjualan ditunjukkan *flexing* di LinkedIn digunakan guna menampilkan pengalaman maupun keahlian seorang profesional dengan tujuan menciptakan employee branding.

Memperlihatkan keberhasilan positif seperti prestasi dalam bidang akademik, pengalaman profesional, penghargaan karier, serta publikasi atau riset di LinkedIn melalui *flexing* dapat memikat sejawat profesional maupun perekrut. *Flexing* juga sering digunakan untuk menunjukkan kesuksesan finansial. Para influencer pemasaran memanfaatkan *flexing* untuk membuat pengikut di media sosial mereka tertarik yaitu dengan menonjolkan pencapaian mereka yang mana mungkin menjadi rekan bisnis atau menggunakan hasil dari suatu brand ternama.Selebgram melakukan *flexing* di media jejaring sosial guna memperoleh atensi banyak orang maupun para pengikut akun agar terkenal, untuk kebutuhan konten atau bisnis endorse, guna menaikkan income(Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023).

Flexing kadang digunakan sebagai metode penipuan yang dapat merugikan secara finansial. Contohnya adalah penipuan yang dilakukan oleh Indra K dan Doni S dikenal sebagai "crazy rich". Mereka acap kali mempertontonkan kekayaan di sosial media seperti Instagram dan YouTube, dengan memperlihatkan pembelian rumah atau apartemen mewah, mobil mewah terbaru, serta pergaulan dengan para selebriti. Mereka menciptakan kesan seolah-olah kekayaan tersebut diperoleh dari kesuksesan trading melalui aplikasi Binomo dan Quotex.

Flexing dapat digunakan demi meyakinkan pengikut agar bermitra melalui aplikasi tertentu. Kens Indra dan Salmanan Doni sering kali menyebarkan informasi yang menyesatkan kepada publik lewat promosi aplikasi Binomo dan Quotex, serta menyebarkan klaim mengenai keuntungan dari aplikasi tersebut yang dianggap resmi di Indonesia. Namun, BAPPEBTI menyatakan bahwa aplikasi tersebut adalah tidak sah, sampai tindakan Indra Kens dan Doni Salmanan menjadi problematis dan terkena jeratan hukum. Kurangnya masukan atau kritisi masyarakat dalam memahami konten *flexing* berunsur penipuan serta minimnya informasi dari pihak Kepolisian dan lembaga terkait dalam merespons atau menanggulangi kasus penipuan modus *flexing* di media jejaring sosial, membuat banyak orang menjadi sasaran penipuan ini dan mengalami kerugian yang cukup besar diperkirakan hingga mencapai miliaran rupiah(Media,

2022).

Faktor penyebab Flexing

Kesatu, Insecure

Insecure merupakan keadaan orang yang tidak merasa aman, dunia ini dianggap tempat yang mengancam, berisi manusia berbahaya dan egois. Yang dirasakan mereka seperti dimusuhi, tertolak, terisolasi, cemas, Pada kasus insecure seseorang menganggap rendah dirinya akibat gangguan *self esteem*. American Psychology menjelaskan insecure adalah rasa yang kurang menyenangkan seperti rendahnya kepercayaan diri serta tidak punya kemampuan dalam menangani permasalahan sehingga menjadikan terhambatnya produktivitas. Seseorang yang mempunyai rasa insecure selalu mendorong upaya mengembalikan rasa aman (secure) lewat berbagai upaya(Syauqii, 2022)

Kondisi insecure pada diri seseorang bisa menyebabkan seseorang melakukan *flexing* dimana mereka merasa kurang dihargai atau kurang dianggap penting oleh orang lain sehingga berkeinginan untuk diterima serta mendapatkan pengakuan dari pelihat unggahan. Contohnya, perasaan ini dapat timbul ketika kita harus menghadiri sebuah resepsi atau acara – acara besar dimana orang-orang yang datang memakai barang lux, timbul perasaan tidak percaya diri akan tidak diterima atau kurang pantas berada di acara tersebut(Vivianisa, 2024).

Rasa insecure ini bisa diminimalisir dan dialihkan dengan melakukan hal-hal positif. Seperti puasa media sosial, atau mengurangi dan membatasi penggunaan media sosial. Banyak orang yang menganggap insecure merupakan suatu lelucon, padahal jika seseorang yang merasa insecure terus dibiarkan akan berakibat buruk. Tidak sedikit remaja perempuan yang mengalami depresi karena diawali rasa insecure, maka dari itu sebisa mungkin mereka harus memiliki keinginan untuk meminimalisir rasa itu sendiri.

Kedua, Kurang Berempati

Kebanyakan pelaku *Flexing* tidak menyadari bahwa perilaku mereka menimbulkan ketidaknyamanan dari orang lain(Khayati et al., 2022). Sisi moral harus dilatih sehingga setiap Seorang individu yang memiliki hati nurani dan empati akan mempertimbangkan dampak tindakannya terhadap orang lain. Mereka cenderung merasa bersalah jika melakukan sesuatu yang kurang pantas dan berusaha bertindak sesuai dengan standar moral yang berlaku. Dalam konteks *flexing*, seseorang dengan kesadaran moral akan berpikir terlebih dahulu dengan hati nurani dan empati sebelum melakukan tindakan yang berpotensi membuat orang lain merasa tidak nyaman. Misalnya, seorang siswa yang memiliki smartphone mahal mungkin merasa bersalah jika memamerkannya di depan teman-temannya yang tidak memiliki barang serupa. Dengan demikian, siswa tersebut akan menggunakan smartphone itu tanpa menunjukkannya secara mencolok(Raharja et al., 2023). Prinsip belas kasih Tuhan Yesus menjadi dasar untuk berkomunikasi secara online dan mengedepankan rasa perhatian dan kasih dimana diajarkan untuk memperlakukan sesama dengan *care and respect* serta memberikan dukungan kepada teman mereka(Nababan et al., 2024).

Ketiga, Masalah Mental Kepribadian

Pelaku *Flexing* bisa jadi mempunyai masalah kepribadian dalam dirinya.Mereka merasa akan mendapat pengakuan jika dirinya terlihat hebat dibandingkan orang lain.

Flexing dalam perspektif psikologi umumnya disebabkan oleh perasaan tidak aman dan rendah diri. Definisi tersebut diutarakan oleh Dr. Susan Whitbourne, yang merupakan emeritus

asal Psychological and Brain Sciences USA (University of Massachusetts).

Susan juga memberikan pengertian bahwa membual adalah cara seseorang mencoba meyakinkan dirinya sendiri bahwa mereka sebenarnya dalam keadaan yang lebih baik dari yang mereka rasakan(Whitbourne, S.K, n.d.).

Narsisis adalah penyebutan untuk orang yang mengalami gangguan kepribadian narsistik. Kondisi ini termasuk gangguan mental. Narsisis akan menilai dirinya lebih penting

daripada orang lain. Dalam konteks Flexing, sebagian besar pelakunya menunjukkan tanda-tanda memiliki kepribadian tertentu. Olive, dalam bukunya *Who am I?*, berpendapat bahwa narsisme adalah bentuk cinta diri yang berlebihan atau perhatian yang sangat terfokus pada diri sendiri. Orang dengan gangguan kepribadian narsistik cenderung egois dan kurang memiliki empati terhadap orang lain, yang sering kali menyebabkan masalah dalam berinteraksi dengan orang lain. Seorang narsisis biasanya memanfaatkan hubungan antar pribadi hanya untuk mendapatkan perhatian, meraih ketenaran, dan melakukan segala sesuatu demi kepuasan pribadi(Santoso & Nurwiyati, 2023).

Flexing juga dapat memicu mental illness berupa kecemasan yang dialami pengikut akun karena tidak mampu melakukan seperti di konten yang sengaja diletupkan hingga booming oleh seorang pengunggah yang lazim disebut *Fear of Missing Out*. Seseorang dimana tidak mampu memperoleh barang "wah" lainnya, di jejaring sosial akan merasa minder yang berakibat menurunnya kepercayaan diri. Hal ini jikalau tidak cepat terselesaikan bisa menimbulkan stres hingga depresi(Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023).

Keempat, Tekanan Sosial

Tindakan *Flexing* dilakukan jika pelakunya merasa ada tuntutan dari lingkungannya, contoh gaya hidup serta dari pergaulannya. Generasi muda kerap terekspose oleh desakan sosial dari sosial media yang bisa mempengaruhi citranya dan juga value dari seorang individu(Nababan et al., 2024).

Memamerkan sesuatu bukan melulu terkait dengan simbol kemakmuran dan kekuatan finansial saja, tetapi bisa juga mencerminkan idealisme. Nampak jelas individu yang dengan percaya diri menonjolkan perspektif baru yang berbeda dari norma umum di sosial media lalu diadopsi oleh masyarakat. Situasi tersebut bisa memicu perubahan dalam struktur sosial, baik dalam waktu singkat maupun perlahan. Selain itu, ada juga aktivitas sosial yang berfungsi sebagai counter terhadap tradisi lama dalam rangka membentuk paradigma dan kebiasaan baru yang lebih permisif di kalangan orang banyak.

Uang atau materi saat ini menduduki tempasecara sosial, yang mana pada dasarnya uang berfungsi sebagai parameter perekonomian. Aset harta seseorang mampu menaikkan status sosial, martabat dan reputasi di masyarakat. Kadang perilaku kedermawanan dan gaya hidup hedonis ditunjukkan untuk memperoleh yang diharapkan. Saat ini untuk menunjukkan kekayaan yang dimiliki bisa melalui media sosial dengan menunjukan harta yang dimiliki secara vulgar seakan sudah menjadi hal biasa. Memamerkan kekayaan bertujuan agar masyarakat beranggapan bahwa orang tersebut unggul secara status dari jajaran *nouveaux* atau selevel dengan kaum elit. Berbagai reputasi dapat dibentuk secara non materi, namun, pemahaman dan konteks sosial di kalangan masyarakat, uang memiliki dampak yang besar dan materialisme mendominasi pemikiran manusia.

Hal ini menjadi fenomena baru pada masyarakat postmodern dimana merupakan akibat logis dari pola konsumsi masyarakat dan hal tersebut juga merupakan kebenaran sosial baru yang terjadi saat ini(Khayati et al., 2022).

Tinjauan Iman Kristen terhadap Perilaku Flexing di Media Sosial**Tinjauan terhadap motivasi serta kebutuhan**

Teori kebutuhan dasar manusia diusulkan oleh beberapa ahli, termasuk Glasser dan Maslow. Glasser mengidentifikasi lima kebutuhan utama: bertahan hidup, kekuasaan, kebebasan, hiburan, dan cinta, yang semuanya dianggap sebagai motivator penting dalam kehidupan manusia. Sebaliknya, Maslow mengajukan piramida apa yang dibutuhkan manusia terdiri dari kebutuhan fisiologis, penghargaan, sosial, keamanan, serta aktualisasi diri. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Nurwatie, menunjukkan bahwa tindakan manusia seringkali didorong oleh upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar ini. Selain itu, penelitian Andjarwati mengungkapkan bahwa kebutuhan-kebutuhan dasar ini menjadi pendorong utama perilaku manusia, sehingga individu cenderung melakukan berbagai tindakan untuk memenuhinya (Sari et al., 2023).

Dikaitkan dengan Fenomena *Flexing* yang didasari motivasi ingin memamerkan dan mengarah kepada sikap konsumerisme dan hedonisme, membuat kita harus meneladani Tuhan Yesus sendiri yang telah rela lahir di kandang domba yang sederhana. Firman Tuhan di dalam kitab Filipi 4: 11-13 “ di mana di ayat ini Tuhan Yesus mengajarkan untuk mencukupkan diri dalam segala kekurangan sehingga menerima keadaan bukanlah sebagai sesuatu kekurangan.

Pesan yang terambil di Kitab Lukas 3:10-14 dikaitkan dengan kehidupan saat ini yaitu hidup cukup. Dalam ayat ini, Yohanes berpesan untuk senantiasa melakukan tindakan sosial sebagai kepedulian terhadap sesama. Di sampaikan bahwa ketika mempunyai sesuatu yang lebih maka kita harus mau memberikannya kepada orang yang berkekurangan dalam arti menekankan pada pola gaya hidup yang sederhana yang jauh dari hidup kemewahan dan sebaiknya hidup cukup saja.

Begitu juga dengan surat 1 Timotius 2:9-10 menekankan yaitu sebaiknya seorang perempuan berdandan secara patut, sopan dan penuh kesederhanaan, janganlah menggunakan emas serta pakaian mahal mahal dan hendaknya menggunakan pakaian yang baik. Hal ini menekankan bahwa kita hendaknya menerapkan hidup dengan penuh kesederhanaan, karena orang sederhana lah yang disukai oleh Tuhan (Patasik et al., 2023).

Flexing yang mengarahkan kepada sikap tinggi hati serta kesombongan karena ada unsur ingin memamerkan atau mempertunjukkan kelebihan-kelebihan diri sebenarnya harus meneladani sikap dari Tuhan Yesus sendiri. Yesus dapat dikatakan sebagai seorang bintang pada zaman semasa Tuhan Yesus hidup dulu. Dengan berbagai mukjizat dan tanda – tanda heran yang dibuatNya yang ajaib, Ia dielu-elukan sekaligus ironisnya tidak disukai oleh banyak orang. Dalam bagian ini, kisah kesembuhan yang merupakan mukjizat yang terambil di Lukas 5:12-16, diimplementasikan pada fenomena *flexing* dalam hal kesombongan. Yang menjadi perhatian adalah sikap Tuhan Yesus yang melarang orang yang telah disembuhkan tersebut memberitahukan kepada orang lain namun malah berita perbuatan mujizat kesembuhan itu beredar kemana – mana, akibatnya banyak orang berbondong – bondong datang serta minta disembuhkan oleh Tuhan Yesus. Rupanya kabar kesembuhan itu membuat dampaknya yang begitu besar bagi orang lain (Hananto, 2022).

Tinjauan Terhadap Kemanfaatan

Hampir seluruh kehidupan seseorang di representasikan melalui media social dengan tujuan selain berbagi informasi, mereka sebenarnya ingin memamerkan apa yang dimiliki serta menunjukkan eksistensinya di lingkungan sosial di mana mereka berada. Dengan Tujuan *flexing* yang beraneka ragam, ada yang mengambil kesempatan untuk endorse, menunjukkan keahlian sampai pada keinginan mendapatkan pasangan yang kaya dan masih banyak lagi.

Perilaku flexing yang berkonotasi negatif mencerminkan perilaku hidup yang tidak terpusat pada Allah, yang lebih cenderung lebih mengutamakan kesenangan duniawi (hedonisme dan konsumerisme). Hal itu tidak sejalan dengan perintah Tuhan yang mengatakan bahwa tidak ada manusia yang dapat menghendaki supaya beralih daripadaNya(Patasik et al., 2023). Firman Tuhan di Matius 6 : 24 Dimana Tuhan Yesus mengatakan bahawa kita tidak bisa tunduk kepada Tuhan dan kepada mamon. Tuhan memperingatkan melalui Kitab Ibrani 13 : 5 Kita diingatkan untuk tidak menjadi hamba uang karena Allah mengatakan tidak sekalipun akan meninggalkan kita ada jaminan Tuhan akan hidup kita.

Tinjauan Terhadap gambar diri dan integritas

Di dalam Amsal 2:20-21 penulis Amsal menekankan tentang hikmat, di mana bagaimana hikmat itu menunjukkan dan membimbing setiap anak Tuhan kepada kebenaran sehingga dapat terlihat dari tindakan serta sikap hidup sehari – hari. Apabila diperhatikan maka penekanan dari kedua ayat di atas adalah, pertama, jalan orang baik, yang merupakan jalan yang ditempuh orang-orang baik sejak zaman dulu. Kedua, ketika melalui jalan itu, maka dipastikan akan memperoleh kebijaksanaan. Artinya, seorang Kristiani yang sudah berubah hidupnya setelah bertemu dengan Tuhan serta menjadi bagian dari persekutuan dengan Tuhan maka sudah seharusnya diikuti dengan menjalani hidup yang benar termasuk dalam cara penggunaan sosial media.

Bagaimana sebagai anak anak Tuhan dapat mengukuhkan prinsip hidup dalam lakunya, lisan sampai pola pikir, di mana semuanya itu akan terlihat maupun yang tidak terlihat dalam penggunaan media sosial(Patasik et al., 2023).

Alkitab dapat meneguhkan pandangan kepada pribadi manusia serta menyadarkan kita jika setiap individu adalah karya Ilahi yang istimewa sekaligus bernilai tinggi. Kesadaran ini membantu orang lebih kuat dalam menghadapi tekanan sosial yang kerap muncul di dunia digital, seperti tuntutan standar kecantikan yang tidak realistis atau persaingan untuk menjadi populer(Nababan et al., 2024).

Menyiasati Konten Flexing

(1).Gunakan pengaturan di platform medsos kita “hidden” yang artinya tidak bisa semua orang mengakses tapi pilih beberapa orang saja yang bisa melihat apa yang diupload seperti misalnya mengenai performa kinerja dll , usahakan tidak terkesan kelewat batas malahan mengapresiasi.

(2). Pada saat menggunggah sebuah prestasi dapat ditambahkan kata – kata seperti berbesar hati terhadap pribadi kita tetapi dan bangga atas yang diperoleh dan dalam mengerjakannya sesuai dan tidak terlampau eksesif.

(3). Dalam mengupload suatu hasil atau prestasi pribadi, dimana bisa menjadi sumber ide bagi sesama dengan niatan share hal kebaikan(Khayati et al., 2022).

Bijak dalam bermedia sosial dan Flexing

Bagaimana kita bijak dalam bersosial media atau pun mencegah flexing yang berkonotasi negatif bisa dimulai dengan komunikasi yang bijak di media serta menyadari potensi perkataan yang dikemukakan akan menghindarkan diri dari tindakan yang saling menghina, menjelekkan, dan menyakiti. Mereka juga akan lebih hati-hati, bijak ketika hendak menggunggah status, meneruskan konten, maupun mengirim komentar. Jika sesama umat Kristiani memperlakukan sesama pengguna media sosial sebagai pribadi yang utuh, maka akan timbul rasa menghormati, saling menghargai cinta kasih sesama saudara dan tidak ingin melukai perasaan saudaranya dalam berkomunikasi di media sosial. Firman Tuhan dengan tegas mengatakan di dalam 1

Korintus 13:1-3 untuk menghilangkan konflik dengan menjadikan kasih sebagai dasar dalam membangun relasi dan persaudaraan. Di dalam kasih tidak ada keegoisan, arogansi, iri hati, dan saling menghinia.

Prinsip pengendalian diri dan tanggung jawab sangat relevan untuk diterapkan di dalam konteks bermedia sosial. Sebagai Umat Kristiani, kita juga harus menjaga integritas di dalam setiap perkataan dan perbuatan kita (Samosir & Kawengian, 2022).

Menjadikan Flexing berkat di media sosial

Kita jangan hanya memandang flexing dari sisi yang kurang baik saja. Dengan *flexing* seseorang dapat memotivasi orang lain untuk menolong sesama. Misalnya ketika seseorang mengupload perbuatan sedang menyalurkan bantuan amal dimana hal tersebut dapat mengajak sesama untuk juga untuk berderma. Tergantung dari sudut pandang kita melihat suatu konten *flexing*. Pada saat kita mendapati suatu konten yang berisi prestasi dari seseorang jangan kita melupakan usaha keras dibalikinya sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai ajang acuan untuk berusaha yang maksimal.

Flexing juga dapat dipakai untuk menyiarkan kabar yang menggembirakan dan menyemangati orang lain (Hananto, 2022).

Flexing dapat memberikan dampak baik ketika dilaksanakan untuk membentuk *self image*, salah satu caranya adalah dengan kebijakan pemasaran di LinkedIn yang mana menunjukkan kepiawaian pencapaian prestasi kerja dan yang bertujuan untuk menciptakan citra diri seorang karyawan. *Flexing* yang bermanfaat juga bisa digunakan untuk memperkokoh keberhasilan perekonomian, sebagai salah satu cara untuk mendorong penghasilan.

Flexing juga terkesan apik jika di dalamnya menampilkan performa pendidikan, pengalaman serta prestasi kerja atau karir, penerbitan dan riset di situs LinkedIn sehingga dapat memikat para pemilik usaha serta sejawat yang kebetulan memerlukannya.

Ketika menilai konten *flexing* di media sosial, kita perlu mempertimbangkan perspektif kebebasan berekspresi dan berpendapat. Melihat konten yang dianggap sebagai *flexing*, tidak bisa hanya berfokus pada apa yang terlihat di layar, tetapi juga harus mempertimbangkan konteks di baliknya serta dampaknya terhadap masyarakat dan kepentingan umum. Sangat disarankan konten tersebut menjadi sarana untuk menyampaikan karya dan misi Tuhan yang luar biasa pada sesama, sehingga baik pembuat maupun penikmat konten dapat lebih memuliakan-Nya, bisa lewat cuplikan ayat Alkitab, khotbah, edukasi spiritual dan sebagainya. Tuhan dapat hadir melalui berbagai cara dan peristiwa. Jadi, pasti Tuhan juga bisa hadir di dalam konten *flexing* (Prayitno, n.d.). Terkait hal tersebut, gereja perlu menggunakan teknologi media dalam melakukan penjangkauan jiwa-jiwa sehingga kehendak Tuhan Yesus dapat tergenapi yaitu dimana di seluruh dunia Injil kerajaan akan menjadi kesaksian bagi semua orang (Mat. 24:14) (Camerling et al., 2020).

KESIMPULAN

Flexing kerap dilakukan untuk mendapatkan penghormatan, pengakuan citra diri di segmen kelas sosial atas.

Media digital berperan dalam mempengaruhi fenomena flexing di dunia maya. Flexing ini bisa dimanfaatkan untuk tujuan positif. Namun di sisi sebaliknya *flexing* membuat pemikiran terhadap prinsip kehidupan bergeser pada banyak orang. *Flexing* di media sosial juga dapat dilakukan dengan positif sehingga hidup kita bisa menjadi berkat buat orang lain yaitu dapat dipakai untuk mengunggah materi keagamaan seperti buku - buku, khotbah yang dapat menjadi

sumber pertumbuhan spiritual kerohanian seseorang untuk bersaksi dan menjadi berkat, demi hormat serta kemuliaan Allah. Untuk hal – hal yang berpengaruh negatif, *flexing* sebaiknya dihindari serta dicegah.

DAFTAR REFERENSI

- Belo, Y. (2021). Tinjauan Etika Kristen Terhadap Penggunaan Media Sosial. *JURNAL LUXNOS*, 7, 288–302
- Bogdan, Robert, T., Steven J. (1990). Looking at the Bright Side: A Positive Approach to Qualitative Policy and Evaluation Research. *Syracuse University, Center on Human Policy, NY, V13 n2 p183-92 1990*.
- Camerling, Y. F., Lauded, M. Ch., & Eunike, S. C. (2020). GEREJA BERMISI MELALUI MEDIA DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *VISIO DEI: JURNAL TEOLOGI KRISTEN*, 2(1), 1–22
- Fahmi, A. N., Komariah, S., & Wulandari, P. (2024). FLEXING DAN PERSONAL BRANDING: KONTEN ANALISIS SOSIAL MEDIA GENERASI Z DI INDONESIA. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1), Article 1.
- Hananto, D. (2022). KRISTUS AKTOR FLEXING YANG MEMPERJUANGKAN NILAI TANGGAPAN ATAS FENOMENA FLEXING. *Fides et Ratio : Jurnal Teologi Kontekstual Seminari Tinggi St. Fransiskus Xaverius Ambon*, 7(2), Article 2.
- Khayati, N., Apriliyanti, D., Nastacia Sudiana, V., Setiawan, A., & Pramono, D. (2022). Fenomena flexing di media sosial sebagai ajang pengakuan kelas sosial dengan kajian teori fungsionalisme struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9(6).
- Kristanto, D., & Pujiono, A. (2023). Literasi Agama Melalui Media Sosial dan Dampaknya Pada Anak Muda Kristen. *Jurnal Salvation*, 4, 72–82.
- Media, K. C. (2022, March 9). *Indra Kenz dan Doni Salmanan, Tersangka Penipuan “Binary Option” yang Diduga Lakukan Pencucian Uang*. KOMPAS.com.
- Nababan, S., Sianturi, E., Rantung, D. A., Naibaho, L., & Boiliu, E. R. (2024). Peran Pendidikan Agama Kristen dalam Mengatasi Dampak Penggunaan Teknologi bagi Remaja di era Digital. *Harati: Jurnal Pendidikan Kristen*, 3(2), 205–217.
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FLEXING IN SOCIAL MEDIA ON COMMUNITY LIFE. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 7(1), Article 1.
- Patasik, H., Asniati, & Lungan, N. (2023). Spritualitas Ugahari dalam Mengatasi Fenomena Flexing Pemuda Kristen di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Arrabona*, 6(1), 1–14.
- Prayitno, I. S. P. (n.d.). Strategi Pendidikan Agama Kristen bagi Remaja dalam Membentuk Konsep Diri guna Menghadapi Krisis Identitas akibat Penggunaan Media Sosial. *KHARISMATA: Jurnal Teologi Pantekosta*. Retrieved July 15, 2024
- Raharja, H. F., Astuti, T. M. P., Atmaja, H. T., Lestari, P., & Handoyo, E. (2023). Peran Pendidikan Karakter Untuk Menghadapi Tren Flexing Di Era Teknologi. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 6(1), 369–374.
- Samosir, I., & Kawengian, S. E. E. (2022). Be Wise in Social Media: *SANCTUM DOMINE: JURNAL TEOLOGI*, 11(2), 151–170
- Santoso, S., & Nurwiyati, E. (2023). MENGHADAPI GANGGUAN KEPRIBADIAN NARSISTIK SEBAGAI EPIDEMI MODERN: BEROBAT ATAU BERTOBAT? *Jurnal Gamaliel : Teologi Praktika*, 5(2), Article 2.

- Sari, P., Pautina, M. R., Lakadjo, M. A., Ardhian, N. L., & Prasetyo, A. (2023). Pandangan Teori Kebutuhan Dasar Abraham Maslow dan William Glasser tentang Fenomena Flexing. *JAMBURA Guidance and Counseling Journal*, 4(2), Article 2.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RD*. Alfabeta.
- Syauqii, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberadaan Insecure: Sebuah Analisis. *Communication & Social Media*, 2(2), Article 2.
- Vivianisa. (2024, February 3). Flexing: Definisi, Contoh, Penyebab, Dampak, dan Cara Menyikapinya
- Whitbourne, S.K. (n.d.). *Bragging: When Is It OK and When Is It Not OK?* | *Psychology Today*. Retrieved December 6, 2024