

---

## ANALISIS *FLEXING* DAN HEDONISME: MEMBENTUK CITRA NEGATIF ASN DI MEDIA SOSIAL

*(Analysis Of Flexing And Hedonism: Shaping The Negative Image Of Civil Servants On Social Media)*

**M. Denny Elyasa**

(Sekretariat DPRD Provinsi Kepulauan Bangka Belitung)  
e-mail: dennybabel20@gmail.com

### ABSTRAK

Fenomena *Flexing* dan Hedonisme telah menjadi “tontonan” keseharian masyarakat di era globalisasi saat ini. Masyarakat akan mafhum ketika hal tersebut diperlihatkan oleh para pesohor ataupun pengusaha sukses di negeri ini. Namun, akan dinilai negatif oleh masyarakat ketika hal tersebut diperlihatkan oleh para pejabat dan ASN. Kemajuan teknologi informasi telah menghapus semua sekat informasi yang ada selama ini, sehingga masyarakat saat ini dapat menerima dan menyampaikan informasi secara bebas, cepat dan *up to date*. Menjadikan *flexing* dan bergaya hidup hedonis demi membangun sebuah citra diri bukanlah suatu pilihan yang baik buat seorang ASN. ASN sebagai aparatur pemerintah memiliki tugas melayani masyarakat dan menjaga nilai-nilai persatuan dan kesatuan, maka gaya hidup seorang ASN akan menjadi cermin dari sikap dan tingkah laku ASN itu sendiri. Media sosial sebagai sebuah medium dalam mengaktualisasikan diri hendaknya dapat dimanfaatkan dengan sebaiknya tanpa meninggalkan etika, norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.

**Kata Kunci:** ASN, *Flexing*, Hedonisme, Pencitraan, Media Sosial.

### ABSTRACT

*The phenomenon of Flexing and Hedonism has become a daily "spectacle" for society in the current era of globalization. People understand it when showcased by celebrities or successful entrepreneurs in the country. However, when displayed by officials and civil servants, it is negatively perceived by the public. The advancement of information technology has broken down barriers to information that existed before, allowing today's society to freely, rapidly, and up-to-date transmit and receive information. Embracing a flexing and hedonistic lifestyle to build a self-image is not a wise choice for a civil servant (ASN). ASNs, as government personnel, have the duty to serve the public and uphold unity and harmony values. Hence, an ASN's lifestyle reflects their attitude and behavior. Social media, as a means of self-expression, should be utilized responsibly, adhering to ethics, norms, and societal values.*

**Keywords:** Civil Servant (ASN), *Flexing*, Hedonism, Image Building, Social Media.

## A. PENDAHULUAN

Beberapa waktu belakangan ini kata *flexing* (pamer kekayaan) dan bergaya hidup mewah (hedonisme) menjadi berita utama dan hangat di berbagai media baik media cetak, *online* maupun televisi di negeri ini. Pertama kali berita terkait *flexing* dan gaya hidup hedonis mencuat setelah Indra Kenz dan Doni Salmana seorang *influencer* dan *youtuber* terkenal, terjerat kasus penipuan aplikasi *trading online*. Masalah tersebut menjadi sorotan masyarakat selain masalah penipuan, kedua orang ini terkenal karena *flexing* dan gaya hidup hedonisnya di berbagai media sosial.

Mereka selalu memamerkan kehidupan kesehariannya dengan pamer tabungan yang jumlahnya berdigit-digit, rumah mewah, kendaraan mewah yang berganti-ganti, makan di restoran mewah, pelesiran ke luar negeri dan banyak lagi kegiatan yang menampilkan gaya hidup mewahnya. Gaya hidup seperti ini sebenarnya tidak asing lagi dan sering dipertontonkan di berbagai *platform* oleh para pesohor, pengusaha bahkan pejabat di negeri.

Kondisi ini tidak hanya terjadi di negeri ini, di luar negeri bahkan di seluruh dunia. Tujuan utamanya tak lain untuk meningkatkan citra diri di mata penggemar maupun masyarakat luas. *Flexing* dan hedonisme semacam mencari pengakuan atas keberhasilan dan kesuksesan

Masalah terkait *flexing* dan hedonisme ini kian menjadi sorotan publik ketika kasus ini menimpa beberapa pejabat di lingkungan kementerian keuangan seperti kasus *flexing* Mario Dandy anak dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Rafael Alun Trisambodo, sehingga ketidakwajaran harta kekayaan yang dimiliki ayahnya terbongkar ke luar. Kasus kriminal ini yang akhirnya membuka kembali lembaran hitam kasus korupsi di lingkungan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Kondisi ini memicu terjadinya polemik soal ASN kaya. Jadi kasus ini menggeliat bukan karena upaya

pengecahan atau pengungkapan kasus dari aparat hukum.

Kasus *flexing* dan hedonisme lainnya yang menimpa ASN semisal dari Direktorat Jenderal Bea Cukai (DJBC) yaitu Eko Darmanto dan Andhi Pramono beserta keluarga. Kasus-kasus lainnya terus bermunculan, tidak hanya terjadi pada ASN di kementerian, tetapi juga diberbagai daerah semisal kasus hedonis istri Sekretaris Daerah Riau, atau kasus *flexing* Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yang LHKPNnya dicurigai adanya ketidakbenaran.

Kasus – kasus *flexing* tersebut menurut Rhenald Kasali disebut *Flexing 2.0* yaitu meliputi hal-hal yang sudah ditutupi oleh orang tua yang telah melakukan tindakan terpuji seperti korupsi, manipulasi tapi bocor di anak-anak atau pasangannya. Saat ini *Flexing 2.0* sedang dialami Indonesia. Pamer kekayaan dan bergaya hidup mewah yang ditampilkan oleh para ASN dan keluarganya tersebut telah melukai dan mengkhianati rasa keadilan di masyarakat. Menjatuhkan kewibawaan dan rasa hormat sebagai ASN ke lubang yang dalam.

Kondisi ini menyebabkan timbulnya rasa curiga di mata masyarakat terkait harta kekayaan yang dimiliki oleh para ASN. Akhirnya masyarakat beranggapan semua ASN berperilaku sama. Padahal realitanya tidak seperti itu, masih banyak ASN yang hidup sederhana dan pas-pasan sesuai gaji yang diterima, memegang teguh amanah dan kepercayaan masyarakat.

Pada saat ini masyarakat sedang mengalami tekanan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Banyaknya masyarakat yang masih hidup di bawah garis kemiskinan, sulitnya masyarakat mencari pekerjaan, hingga melemahnya daya beli. Namun, di sisi lain ada ASN yang pamer kekayaan dan bergaya hidup mewah baik itu dilakukan di dalam kehidupan nyata maupun sekedar ditampilkan di media sosial.

Wajar apabila masyarakat umum berpikir jika secara realita mana mungkin seorang ASN dapat memiliki barang-barang bermerek dan hidup mewah bila dilihat dari besaran gaji yang diterima setiap bulannya. Besaran gaji dan tunjangan ASN diberbagai tingkatan telah diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedelapan Belas atas Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1977 Tentang Peraturan Gaji Pegawai Negeri Sipil, telah mengatur besaran gaji ASN dari pangkat dan golongan terendah sampai tertinggi.

Masyarakat akan berasumsi bahwa ASN yang *flexing* dan gaya hidup hedonis (hedonisme) tersebut telah melakukan tindakan korupsi, pungli dan sebagainya. Hal yang wajar pula jika masyarakat memiliki pemikiran demikian, dikarenakan seorang ASN dimanapun dia berdinis gajinya akan sama, entah itu di kementerian, pemerintah daerah, di Jakarta ataupun di perbatasan negara.

Menurut Wahyudi dikutip dari voaindonesia.com (21/03/2023), ASN itu boleh kaya tidak ada yang membatasinya ketika pegawai merasa kebutuhannya belum tercukupi. Namun, ada prasyarat yang harus dipenuhi terkait harta kekayaan yang dimiliki. Apabila dari hitungan pendapatan sebagai abdi negara, sebenarnya sulit bagi ASN untuk bergelimang harta. Oleh karena itu, jika ada ASN kaya, negara harus memastikan bahwa harta itu diperolehnya secara wajar.

*Flexing* dan hedonisme dua kata yang memiliki pengertian berbeda. Suatu pola hidup yang ditunjukkan oleh orang-orang yang merasa sukses dan kaya dalam kehidupannya. *Flexing* sebuah istilah slang yang mengacu pada memamerkan atau menunjukkan kekayaan, status, atau barang mewah dalam cara yang mencolok atau eksentrik. Sedangkan pengertian hedonisme secara bebas adalah pandangan hidup yang menekankan pencarian kenikmatan dan kebahagiaan sebagai tujuan

utama dalam hidup. Pendekatan hedonis dapat bervariasi, termasuk kenikmatan sensorik, kepuasan pribadi, atau pengalaman positif lainnya.

Kemajuan teknologi informasi saat ini telah berhasil menghilangkan sekat-sekat informasi yang ada selama ini. Jarak, waktu, dan letak geografis suatu wilayah tidak lagi menjadi penghalang untuk dapat saling berbagi data dan informasi. Informasi dengan mudah didapat dan diterima oleh masyarakat secara *up to date* dan *real time*. Oleh karena itu, ketika ada isu yang dianggap baru dan menarik, maka akan dengan cepat menyebar di berbagai *platform* media dan segera menjadi konsumsi masyarakat secara luas. Saking banyak dan bebasnya informasi, sulit bagi masyarakat untuk memfilter mana informasi yang valid dan mana yang *hoaks*. Hal ini diperparah lagi dengan ketidakmampuan dan rendahnya literasi digital masyarakat.

Kondisi ini akan berbahaya bagi lingkungan dan kehidupan bermasyarakat ketika informasi *hoaks* merajalela. Hal tersebut pun terjadi ketika ada ASN yang melakukan *flexing* dan hedonisme, dengan bangganya menunjukkan di media sosial maka akan segera menjadi konsumsi publik. Netizen yang merasa “tersakiti” oleh tingkah laku ASN tersebut, dengan kemampuannya akan “menguliti” mulai dari membongkar latar belakang ASN tersebut hingga hal yang paling detail. Perlu diingat, media sosial selalu meninggalkan jejak. Jejak yang sulit untuk dihapus dan dilupakan.

*Flexing* dan hedonisme ini sebenarnya tidak hanya dilakukan oleh ASN saja. Pola hidup seperti ini diawali oleh kehidupan glamor para pesohor, pengusaha dan pejabat. Seiring kemajuan zaman dan meningkatnya kemakmuran ekonomi masyarakat, pola hidup seperti ini mulai merambah ke dalam level kehidupan masyarakat lainnya. Berkembangnya teknologi informasi, semakin canggihnya

*gadget*, dan berubahnya gaya hidup masyarakat menyebabkan hal ini semakin mencuat ke permukaan.

Era sosial media menghadirkan ASN bermental “*money status*”. Menurut Weber dalam Haryanto (2011:165) pengejaran kekayaan telah meruntuhkan makna agama dan etika, hanya racun keduniaan belaka. Perubahan dan kemajuan jaman telah merubah konsep bersosialisasi antar manusia. Sosialisasi tidak hanya interaksi sosial yang memungkinkan individu untuk memahami, beradaptasi, dan mengadopsi norma-norma, nilai-nilai, budaya, dan peran-peran yang ada dalam masyarakat di mana mereka tinggal. Namun, mulai bergeser ke arah sosialisasi materialisme.

Sosialisasi materialisme melibatkan pengaruh dari berbagai lembaga sosial, seperti keluarga, media, teman sebaya, dan budaya konsumen, yang secara tidak langsung atau langsung mengajarkan individu untuk menghargai dan mengejar kekayaan material serta status sosial yang terkait dengan kepemilikan barang-barang. Jika dulu kekayaan dan gaya hidup dipamerkan dalam lingkungan sosial terbatas, saat ini sengaja dipamerkan di berbagai *platform* media sosial sehingga diketahui oleh banyak orang tidak terbatas pada lingkungan sosialnya saja.

Seharusnya proses sosialisasi memainkan peran krusial dalam membentuk kepribadian, perilaku, dan identitas seseorang. Ini adalah cara di mana individu belajar bagaimana berperilaku, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka.

Melalui kajian ini penulis mencoba untuk menganalisis dan memberikan sedikit gambaran kaitan antara pencitraan, *flexing* dan hedonisme yang dilakukan oleh ASN di media sosial. Pembahasan dalam kajian ini dibatasi hanya untuk menjawab faktor-faktor penyebab seorang ASN melakukan pencitraan, *flexing* dan hedonis dan korelasi antara ketiga hal tersebut. Apabila ada hal lainnya maka akan

diabaikan walaupun memiliki pengaruh pada kajian ini.

## B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis deskriptif berdasarkan studi literatur atau tinjauan pustaka yang sudah ada, dimana setiap data dan informasi diperoleh berasal dari data sekunder. Dalam hal ini, penulis tidak melakukan penelitian secara khusus.

Menurut Sugiyono (2014), metode analisis deskriptif ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Data sekunder tersebut diambil dari hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, buku, jurnal ilmiah, dan tulisan lainnya yang keabsahan referensinya dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

Menurut Danial dan Warsiah (2009:80), studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Sedangkan menurut Dewi Roseha (2010:79), tujuan utama dari studi literatur adalah menemukan variabel-variabel yang akan diteliti.

Fokus utama tulisan ini melalui tinjauan pustaka atau studi literatur. Tinjauan pustaka memiliki tujuan untuk menginformasikan kepada pembaca hasil-hasil penelitian lain yang berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan saat itu, menghubungkan penelitian dengan literatur yang ada, dan mengisi celah-celah dalam penelitian sebelumnya. (Creswell, 2017:40)

## C. KERANGKA TEORI

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara Bab I Pasal 1

menjelaskan apa yang dimaksud dengan ASN, yaitu profesi bagi pegawai negeri sipil dan pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja yang bekerja pada instansi pemerintah. Pada pasal 2 dijelaskan Pegawai Aparatur Sipil Negara yang selanjutnya disebut Pegawai ASN terdiri atas pegawai negeri sipil (PNS) dan pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja (PPPK) yang diangkat oleh pejabat pembina kepegawaian dan digaji berdasarkan peraturan perundang-undangan.

ASN sebagai pegawai pemerintah memiliki tugas untuk melaksanakan tugas pelayanan publik, tugas pemerintahan, dan tugas pembangunan tertentu. Dalam melaksanakan tugasnya, ASN wajib menaati aturan dan menghindari larangan. Salah satu kewajiban seorang ASN adalah harus menunjukkan integritas dan keteladanan dalam sikap, perilaku, ucapan, dan tindakan kepada setiap orang, baik di dalam maupun di luar kedinasan. Hal tersebut telah diatur dalam pasal 3 huruf F Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 94 Tahun 2021 Tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil.

Adapun terkait larangan yang tidak boleh dilakukan oleh ASN tercantum di pasal 5 antara lain melakukan pungutan di luar ketentuan, melakukan kegiatan yang merugikan negara, menerima hadiah yang berhubungan dengan jabatan dan/atau pekerjaan, dan meminta sesuatu yang berhubungan dengan jabatan.

Aturan- aturan di atas mengikat selama seseorang tersebut masih menjadi ASN. Aturan tersebut sebagai rambu – rambu bagi para ASN yang boleh dan tidak boleh dilakukan di dalam maupun di luar jam kedinasan termasuk di dalamnya *flexing* dan hedonisme.

Apa itu *flexing* dan hedonisme? Dikutip dari kamus bahasa Inggris Merriam Webster *online flexing* adalah “*to make an ostentatious display of something: Show off*” atau dapat diartikan memamerkan

sesuatu secara mencolok. Adapun menurut Cambridge Dictionary *online flexing* memiliki arti suatu kebanggaan atau kesenangan untuk menunjukkan sesuatu yang telah kita lakukan atau sesuatu yang kita miliki, biasanya dengan cara yang mengganggu orang

Jika ditinjau dari sosiologi dan budaya populer, *flexing* adalah tindakan menunjukkan kemewahan dan kesuksesan seseorang kepada orang lain melalui media sosial, gambaran diri, atau gaya hidup yang mencolok. Ini terkait dengan pembentukan citra pribadi dan pembentukan identitas dalam masyarakat yang sangat terhubung.

*Flexing* tidak bisa dipisahkan dengan hedonisme. Hal ini disebabkan perilaku *flexing* akan mengarah pada gaya hidup hedonis. Menurut Bakti *et al* (2020), untuk memperoleh kehormatan, kekayaan seseorang itu harus ditunjukkan. Pertama, dengan cara menunjukkan kedermawanan. Kedua, dipamerkan dengan gaya hidup hedonis.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *online*, hedonisme berarti pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup. Konsep dasar *flexing* berbeda dengan pencitraan. Menurut KBBI pencitraan berasal dari kata dasar (noun) “citra” yang berarti gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Pencitraan sendiri berarti proses, cara membentuk citra mental pribadi atau gambaran sesuatu; penggambaran.

Dikutip dari Soemirat dan Ardianto (2007:114), menurut Frank Jefkins, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Pencitraan diri merujuk pada pemahaman dan persepsi seseorang tentang diri mereka sendiri. Ini melibatkan bagaimana seseorang melihat, memahami, dan menilai aspek-aspek diri mereka, termasuk karakteristik fisik, kepribadian,

kemampuan, nilai-nilai, dan pengalaman hidup.

Pencitraan diri memiliki dampak besar terhadap identitas dan kesejahteraan seseorang, serta dapat mempengaruhi interaksi dengan orang lain dan pengambilan keputusan. Pencitraan diri bisa terdiri dari beberapa elemen:

1. **Pengenalan Diri:** Ini adalah pemahaman dasar tentang siapa diri Anda, seperti nama, usia, jenis kelamin, dan ciri-ciri fisik.
2. **Penghargaan Diri:** Ini melibatkan bagaimana Anda menilai diri Anda sendiri, termasuk apa yang Anda anggap sebagai kelebihan dan kekurangan. Penghargaan diri yang positif dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kesejahteraan mental.
3. **Identitas Diri:** Ini mencakup aspek-aspek yang lebih dalam tentang siapa Anda, seperti budaya, agama, nilai-nilai, preferensi, dan peran sosial yang Anda identifikasi.
4. **Kepribadian:** Ini melibatkan pemahaman tentang karakteristik kepribadian Anda, seperti apakah Anda ekstrovert atau introvert, pemikir kreatif atau analitis, dan sebagainya.
5. **Pengalaman Hidup:** Pencitraan diri juga dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman yang telah Anda alami dalam hidup, termasuk pencapaian, kegagalan, trauma, dan momen-momen penting lainnya.

Memiliki pencitraan diri yang sehat dan positif penting untuk kesejahteraan mental dan emosional. Ini membantu Anda berinteraksi dengan dunia dengan lebih percaya diri, mengatasi tantangan, dan mengembangkan hubungan yang lebih bermakna dengan orang lain.

Istilah "hedonisme" berasal dari kata Yunani "*hedone*", yang berarti kesenangan atau kenikmatan. Hedonisme adalah sebuah pandangan filosofis yang menganggap kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan

utama kehidupan manusia. Pandangan ini berfokus pada pencapaian kesenangan dan menghindari penderitaan atau rasa tidak nyaman sebanyak mungkin.

Dalam konteks sejarah filosofi, terdapat beberapa aliran hedonisme yang berbeda:

1. **Hedonisme Epikuris:** pandangan ini mengajarkan bahwa pencapaian kesenangan mental dan fisik adalah tujuan tertinggi dalam kehidupan.
2. **Hedonisme Klasik:** aliran ini lebih menekankan pada kesenangan fisik dan kenikmatan sensorik sebagai tujuan utama.
3. **Utilitarianisme:** Meskipun tidak sepenuhnya identik dengan konsep hedonisme, utilitarianisme juga memiliki akar yang erat dengan pemikiran tersebut. Teori utilitarianisme menganggap bahwa tindakan yang benar adalah tindakan yang menghasilkan kesenangan atau kesejahteraan bagi sebanyak mungkin orang.

Pandangan ini memiliki berbagai variasi dan pendekatan, tetapi ada dua jenis utama dari hedonisme, yaitu:

1. **Hedonisme Eudaimonik (Hedonisme Etis):** Pendekatan ini berpendapat bahwa kebahagiaan yang bermakna dan berkelanjutan dicapai melalui pencapaian tujuan dan pengembangan diri. Ini lebih fokus pada kenikmatan jangka panjang dan kebahagiaan yang berasal dari pengembangan pribadi, relasi sosial yang positif, dan pencapaian tujuan hidup.
2. **Hedonisme Psikologis:** Pendekatan ini berfokus pada pencarian kenikmatan sebagai tujuan utama. Ini lebih berkaitan dengan pengalaman kenikmatan sensorik atau emosional dalam jangka pendek, tanpa selalu mempertimbangkan akibat jangka panjang.

Hedonisme sering kali menjadi bahan kritik karena penekanannya pada kesenangan dapat mengabaikan nilai-nilai

etika atau konsekuensi jangka panjang. Misalnya, kritikus berpendapat bahwa tindakan yang hanya menghasilkan kesenangan segera mungkin dapat merugikan individu atau masyarakat pada akhirnya. Selain itu, terdapat perdebatan tentang jenis kesenangan mana yang seharusnya dikejar dan apakah beberapa kesenangan mungkin bertentangan satu sama lain.

Penting untuk dicatat bahwa pandangan hedonisme memiliki variasi dan interpretasi yang beragam dalam sejarah filosofi, dan pandangan individu terhadap konsep ini bisa sangat bervariasi pula. Meskipun konsep hedonisme memiliki akar dalam sejarah filsafat yang panjang, ia tetap menjadi topik kontroversial dan kontemporer. Beberapa kritik terhadap pandangan ini termasuk potensi mengabaikan nilai-nilai etika, tanggung jawab sosial, dan dampak jangka panjang dari tindakan yang berorientasi pada kenikmatan semata. Ketika merujuk pada seseorang sebagai "hedonis," ini mengindikasikan bahwa individu tersebut cenderung menganut atau menerapkan pandangan hedonisme dalam kehidupannya, dengan mengutamakan pencarian kenikmatan sebagai prioritas utama.

Media sosial sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi merupakan *platform* atau layanan berbasis digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi secara *online*. Melalui media sosial ruang gerak pertukaran data dan informasi yang selama ini dibatasi oleh jarak, waktu dan batas geografis sekarang nyaris tanpa sekat. Ini membuka ruang yang besar bagi tiap-tiap individu dan kelompok untuk terhubung dengan orang lain, baik yang dikenal maupun yang belum dikenal, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas *online* seperti berbicara, berbagi informasi, gambar, video, dan banyak lagi.

Melalui media sosial sebagai *medium*

di *internet*, pengguna dapat merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah,2016:13). Media sosial memiliki tujuan yang bervariasi, mulai dari menjalin hubungan sosial, berbagi pemikiran dan ide, hingga mempromosikan bisnis atau merek.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Globalisasi telah memberikan dampak serius dalam banyak aspek kehidupan manusia. Globalisasi didukung dengan kemajuan teknologi. Era industri 4.0 menitik beratkan pada kemajuan teknologi informasi, AI (*Artificial Intelligence*) dan robotik. Era dimana disrupsi teknologi terjadi. Kemajuan ini telah membuat proses integrasi dan interkoneksi antara berbagai aspek kehidupan manusia di seluruh dunia semakin mudah dan erat. Secara keseluruhan, globalisasi adalah fenomena yang kompleks dan multidimensional yang terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan dinamika dunia.

Media sosial menjadi salah satu *platform* interaksi penting di seluruh dunia tak terkecuali Indonesia, seiring majunya teknologi informasi, canggihnya gadget dan meluasnya jangkauan internet. Dikutip dari *wearesocial.com*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2023 sebanyak 167,0 juta. Pada awal tahun 2023 jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 60,4 persen dari total populasi. Dari jumlah tersebut, pada awal tahun 2023 terdapat 153,7 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas, setara dengan 79,5 persen dari total populasi berusia 18 tahun ke atas.

Secara keseluruhan 78,5 persen dari total basis pengguna internet di Indonesia (berapa pun usianya) menggunakan setidaknya satu *platform* media sosial pada Januari 2023. Saat ini, 46,8 persen pengguna media sosial di Indonesia adalah

perempuan, sedangkan 53,2 persen adalah laki-laki.

Salah satu dampak dari globalisasi adalah tumbuhnya masyarakat yang konsumtif. Masyarakat konsumtif ini cenderung membeli barang bukan karena nilai manfaatnya, melainkan karena gaya hidup (*life style*) demi sebuah citra (Haryanto, 2011:163). Belakangan dengan memanfaatkan media sosial, konsumerisme telah beralih dari toko nyata ke *online*. Hal ini semakin mendapatkan momentumnya ketika pandemi *Covid-19*, dimana interaksi langsung antar manusia dibatasi.

Situasi dan kondisi tersebut menyebabkan pertumbuhan berbagai *platform* jualan semakin banyak dan berkembang dengan pesat, bahkan meningkatkan nilai valuasinya. Sifat konsumtif yang memanfaatkan media sosial ini akhirnya berubah tujuan dari sekedar dari sekedar belanja memenuhi kebutuhan pribadi menjadi pembentukan citra diri.

Kekayaan selalu diidentikan dengan kesuksesan dan kemakmuran seseorang dalam hidupnya. Mengapa seseorang melakukan ingin terlihat kaya? Alasan untuk terlihat kaya dan hidup mewah bisa sangat bervariasi tergantung pada individu dan situasi masing-masing.

Beberapa alasan yang mungkin mendasari keinginan ini termasuk:

1. Status Sosial: Beberapa orang mungkin ingin terlihat kaya agar mereka dihormati dan diakui dalam lingkungan sosial mereka. Kekayaan sering kali dianggap sebagai simbol status yang tinggi dalam masyarakat.
2. Pengaruh dan Koneksi: Dalam beberapa kasus, memiliki penampilan kaya dapat memberikan seseorang pengaruh lebih besar dalam lingkungan bisnis, politik, atau sosial. Orang yang terlihat kaya mungkin lebih mudah menarik perhatian dan membangun koneksi yang bermanfaat.
3. Kepercayaan Diri: Bagi beberapa

individu, penampilan yang mencerminkan kemewahan dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka. Ini bisa memberikan perasaan lebih baik tentang diri sendiri dan membantu mereka merasa lebih berharga.

4. Kesempatan Ekonomi: Terlihat kaya dalam beberapa kasus bisa membuka peluang ekonomi. Orang mungkin percaya bahwa mereka akan lebih mudah diterima dalam kesempatan bisnis atau investasi jika mereka terlihat sukses secara finansial.
5. Daya Tarik Pribadi: Beberapa orang percaya bahwa penampilan yang mencerminkan kemewahan dapat membuat mereka lebih menarik secara fisik dan emosional bagi orang lain.
6. Membentuk Persepsi: Dalam lingkungan sosial yang sering menilai buku dari sampulnya, terlihat kaya bisa mempengaruhi cara orang lain memandang Anda. Meskipun ini bisa positif, tetapi juga dapat menciptakan harapan dan tekanan untuk selalu mempertahankan citra ini.
7. Keamanan Finansial: Orang mungkin percaya bahwa terlihat kaya akan membuat mereka kurang rentan terhadap situasi keuangan yang sulit atau krisis.

Seseorang yang merasa dirinya berhasil secara finansial terkadang memerlukan ruang untuk menunjukkan keberhasilannya tersebut, terlepas apapun alasannya entah itu untuk memotivasi, orang lain, *marketing*, menyombongkan diri, atau bahkan bertujuan untuk menipu masyarakat. Untuk mengaktualisasikan dan mendapatkan pengakuan akan suatu keberhasilan, maka media sosial adalah medium pencitraan yang paling tepat, Hal ini dikarenakan pencitraan di media sosial selain karena jangkauan luas, efektif, efisien dan murah.

Pembentukan citra (pencitraan) akan melibatkan persepsi, keyakinan, dan penilaian seseorang terhadap dirinya

sendiri. Tujuan pembentukan citra diri dapat bervariasi antara individu, namun beberapa tujuan umum yang sering mendasari proses ini termasuk:

1. Pengenalan Identitas: Individu ingin memahami siapa mereka sebenarnya, termasuk nilai-nilai, minat, keahlian, dan karakteristik pribadi yang membentuk identitas mereka.
2. Penerimaan Diri: Orang ingin merasa nyaman dan menerima diri mereka sendiri dengan segala kelebihan dan kekurangan. Ini melibatkan merasa puas dengan siapa mereka dan mengatasi perasaan negatif terhadap diri sendiri.
3. Penghargaan dari Orang Lain: Terkadang, citra diri dibentuk untuk mendapatkan pengakuan, penerimaan, dan penghargaan dari orang lain. Ini bisa meliputi usaha untuk mendapatkan persetujuan sosial atau pujian.
4. Keseimbangan Emosi: Citra diri yang positif dapat membantu individu merasa lebih percaya diri dan bahagia, serta mengatasi perasaan cemas, rendah diri, atau tidak aman.
5. Pengaruh Sosial: Citra diri juga dapat dipengaruhi oleh norma dan ekspektasi sosial. Individu mungkin berusaha untuk sesuai dengan gambaran yang dianggap "ideal" oleh masyarakat atau kelompok tertentu.
6. Pencapaian Tujuan: Pembentukan citra diri yang positif dapat memotivasi individu untuk mencapai tujuan pribadi dan profesional. Citra diri yang kuat dapat meningkatkan motivasi untuk mengatasi rintangan dan mencapai prestasi.
7. Hubungan Antar Personal: Citra diri yang positif dapat mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain. Orang mungkin merasa lebih mampu menjalin hubungan yang sehat dan saling mendukung.
8. Adaptasi Sosial: Citra diri yang baik dapat membantu individu beradaptasi

dengan lingkungan sosial yang beragam dan dinamis. Ini membantu individu merasa lebih nyaman dan terlibat dalam berbagai situasi.

9. Pengembangan Diri: Citra diri yang berkembang dapat mendorong individu untuk terus tumbuh, belajar, dan berkembang sebagai individu.

Jadi secara *Flexing* dan hedonisme sebagai salah satu cara yang ditempuh dalam membentuk citra diri, awalnya dipengaruhi oleh konsumerisme yang merupakan hasil dari globalisasi.

Mengelola citra diri lewat kekayaan di media sosial bisa memberikan kesan bahwa Anda hidup dalam kemewahan. Namun, banyak orang yang memposting gambar dan cerita yang tidak selalu mencerminkan kehidupan sehari-hari mereka.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan seorang melakukan *Flexing* dan bergaya hidup hedonis di media sosial. Namun, perlu dicatat beberapa faktor tersebut di bawah ini tidak hanya berlaku bagi ASN saja, tapi juga bagi semua kalangan entah itu pejabat, pesohor, pengusaha ataupun masyarakat biasa, kalangan, tanpa memandang pendidikan, status sosial dan lainnya.

Dalam konteks ini, bahasan kita terkait dengan faktor - faktor yang terjadi pada ASN, yaitu:

1. Tampil kaya di sosial media telah menjadi kebutuhan. Hal ini menggambarkan fenomena yang sering terjadi dalam era media sosial saat ini, di mana banyak orang merasa dorongan untuk memamerkan gaya hidup yang kaya atau mewah melalui *platform-platform* seperti Instagram, Facebook, dan lainnya. Fenomena ini dapat memiliki berbagai latar belakang dan dampak, termasuk aspek positif dan negatif.
2. Ingin tampil berbeda dengan yang lain, sehingga terlihat kaya merupakan salah satu bentuk pembedanya.

Keinginan untuk tampil berbeda dari yang lain adalah dorongan yang umum dialami oleh banyak orang. Ini mencerminkan keinginan individu untuk mengekspresikan identitas unik mereka, menciptakan citra yang membedakan, atau menggambarkan karakteristik yang membuat mereka berbeda. Motivasi ini dapat muncul dari berbagai latar belakang dan memiliki dampak yang beragam:

3. Ingin mendapatkan *previlage* (hak istimewa) ketika berada di masyarakat. Keinginan untuk mendapatkan hak istimewa atau hak istimewa dalam masyarakat adalah dorongan yang sering muncul pada individu. Namun, penting untuk memahami bahwa keinginan semacam itu dapat memiliki implikasi yang kompleks dan beragam.
4. Lemahnya pengawasan baik dari atasan maupun pengawas internal. Lemahnya pengawasan dari atasan atau pengawas internal dapat menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa bebas untuk melakukan *flexing* atau tindakan serupa. Hal ini bisa memiliki beberapa implikasi:

ASN yang secara administrasi sebagai pelaksana tugas dan kewajiban pemerintah, juga sekaligus sebagai individu bagian dari masyarakat, diharapkan mampu berperan efektif dalam memberikan layanan administratif, menjamin keutuhan, menjaga persatuan dan kekompakan berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. ASN menjadi cerminan pemerintahan yang bersih, bebas dari KKN. Setiap gerak langkah ASN dipantau dan diamati oleh seluruh masyarakat. Apalagi akses informasi semakin terbuka lebar tanpa ada sekat seperti saat ini.

Oleh karena itu, tindak tanduk, pola tingkah ASN perlu dijaga baik dalam kehidupan nyata maupun di dunia maya. ASN diharapkan menjunjung tinggi nilai kesederhanaan dan profesionalismenya. Dalam Undang-Undang ASN Nomor 5

Tahun 2014 maupun Peraturan Pemerintah Nomor 94 Tahun 2021 tentang Disiplin PNS tidak ada pasal yang mengatur sanksi terhadap ASN yang menampakkan hidup mewah dan memamerkan harta kekayaannya di media sosial.

Adapun aturan yang terkait pola hidup sederhana ASN diatur pada Pasal 10 huruf a Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2004 Tentang Pembinaan Jiwa Korps Dan Kode Etik Pegawai Negeri Sipil. Di dalam aturan tersebut dijelaskan apabila ASN melanggar kode etik akan dikenai sanksi moral dan dapat juga dikenakan kode etik.

Aturan lainnya terkait ASN dilarang pamer harta di media sosial ataupun yang berkaitan dengan gaya hidup hanya berupa himbauan yang tercantum dalam Surat Edaran Nomor 13 Tahun 2014 tentang Gerakan Hidup Sederhana poin 2 yang isinya, “Tidak memperlihatkan kemewahan dan/atau sikap hidup yang berlebihan serta memperhatikan prinsip-prinsip kepatutan dan kepatutan sebagai rasa empati kepada masyarakat”.

Namun, dalam kedua aturan tersebut tidak dijelaskan secara eksplisit jenis sanksi moral ataupun administratif yang dapat diterima oleh ASN. Artinya sanksi yang diberikan dapat bersifat subjektivitas.

Apabila kita kembalikan ke PP Nomor 94 Tahun 2021, maka seorang ASN yang melanggar dapat dikenakan hukuman disiplin baik itu ringan, sedang, ataupun berat tergantung tingkat kesalahannya. Untuk itu penting bagi organisasi memiliki sistem pengawasan yang kuat dan transparan, serta mempromosikan budaya di mana karyawan merasa nyaman untuk menjadi diri sendiri dan tidak merasa perlu melakukan *flexing* dan bergaya hidup hedonis untuk mendapatkan pengakuan atau perhatian.

Pengawasan yang tepat dapat membantu mencegah perilaku yang tidak etis, memastikan informasi yang akurat, dan menciptakan lingkungan kerja yang sehat

dan produktif. Menurut suhartini (2016) dampak dari media sosial terhadap pencitraan diri terjadinya penilaian/judgement baik eksplisit ataupun implisit yang nantinya berujung pada pencitraan diri baik citra yang baik ataupun buruk.

Oleh karena itu, perlunya tetap memperhatikan etika, norma dan nilai yang berlaku di masyarakat karena media massa merupakan ruang publik.

## E. PENUTUP

Kemajuan teknologi informasi memiliki peran yang besar dalam terjadinya perubahan perilaku kehidupan manusia saat ini. Era industri 4.0 yang menitik beratkan pada kemajuan teknologi informasi, AI (*Artificial Intelligence*) dan robotik telah mendorong globalisasi melampaui seluruh batas yang ada.

Kemajuan ini telah membuat proses integrasi dan interkoneksi antara berbagai aspek kehidupan manusia di seluruh dunia semakin bebas, mudah dan erat. Salah satu dampaknya terjadi perubahan gaya hidup manusia.

Dari hasil kajian ini diketahui beberapa faktor yang menyebabkan seorang melakukan *flexing* dan hedonisme. Faktor-faktor tersebut dianggap menjadi sebab mengapa seseorang melakukan *flexing* dan hedonisme di media sosial. Kondisi ini sebenarnya terjadi pada semua kalangan dan berbagai level tidak terkecuali ASN.

1. Tampil kaya di sosial media telah menjadi kebutuhan.
2. Ingin tampil berbeda dengan yang lain, sehingga terlihat kaya merupakan salah satu bentuk pembedanya.
3. Ingin mendapatkan *previlage* (hak istimewa) ketika berada di masyarakat.
4. Khusus untuk ASN lemahnya pengawasan baik dari atasan maupun pengawas internal.

Tidak ada larangan bagi ASN untuk menjadi kaya ketika merasa kebutuhannya belum terpenuhi, tetapi yang perlu diperhatikan adalah asal dari kekayaannya itu.

Media sosial pada akhirnya selain memiliki manfaat yang baik bagi kehidupan masyarakat, disisi lain berdampak negatif pada kehidupan sosial masyarakat. Fungsi media sosial menjadi absurd ketika tujuan awal diciptakannya yaitu sebagai alat berkomunikasi dan berbagi informasi oleh penggunaannya mulai bergeser menjadi alat pencitraan. *Flexing* dan hedonisme sebagai cara pencitraan diri oleh ASN akhirnya akan memproduksi penilaian yang negatif dari masyarakat.

Oleh karena itu, media sosial sebagai ruang digital publik harus dapat dimanfaatkan dengan sebaiknya tanpa meninggalkan etika, norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Untuk mendukung hal tersebut, kiranya literasi digital menjadi penting dan urgen pada masyarakat yang dimulai dari usia dini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Creswell, John W. 2017. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi Ketiga. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danial dan Wasriah. 2009. *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Haryanto, Sindung. (2011). *Sosiologi Ekonomi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* Cetakan 2. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

---

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007, *Dasar-Dasar Public Relation*. Cetakan kelima, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

### **Jurnal :**

Bakti, Setia Indra *et al*, 2020. Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK*, No.1, Vol.14, 81-98:

<https://www.mendeley.com/catalogue/b8af810b-ed9d-349f-8bc7-8dedff834cca/>

Khayati, Nur *et al*. 2022. Fenomena Flexing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. *Jurnal Sosialisasi*, No.2, Vol.9, 113-121:

<https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/download/32543/17021>.

Setiadi, Ahmad. 2016. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Universitas BSI*, No.2, Vol.16: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1283/1055>

Suhartini, Sri. 2016. Dampak Media Sosial Terhadap Pencitraan Diri. *Program Studi Manajemen Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana*, (1), 89-99: [https://www.stt-wastukencana.ac.id/jurnal/download/6.-DAMPAK-MEDIA-SOSIAL\\_Sri-S..pdf](https://www.stt-wastukencana.ac.id/jurnal/download/6.-DAMPAK-MEDIA-SOSIAL_Sri-S..pdf)

### **Dokumen :**

Undang-undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 94 Tahun 2021 Tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil.

Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedelapan Belas atas Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1977 Tentang Peraturan Gaji Pegawai Negeri Sipil.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2004 Tentang Pembinaan Jiwa Korps Dan Kode Etik Pegawai Negeri Sipil.

### **Website:**

<https://www.voaindonesia.com/a/asn-boleh-kaya-flexing-jangan-7014336.html>. Diakses tanggal 19/08/2023

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/flexing>. Diakses tanggal 20/08/2023 Diakses tanggal 19/08/2023

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/flexing>. Diakses tanggal 21/08/23

<https://wearesocial.com/id/blog/2023/07/social-media-use-reaches-new-milestone/>. Diakses tanggal 23/08/2023.