

FENOMENA FLEXING DALAM SEDEKAH DI MEDIA SOSIAL: TINJUAN NILAI QURANI

Dila Kusumawati¹, Reza Dwi Putra², Suci Zahratul Jannah³, Luthfia Firas Naura⁴,
Jelpin Alfisah⁵, Nadia Rahmadani⁶, Tiara Nur Aisyah⁷, Zahra Zahara⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Pogram Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran dan
Ilmu Kesehatan, Universitas Jambi

¹dilakusumaw568@gmail.com, ²rezadwiputra258@gmail.com,
³sucizahrotul01@gmail.com, ⁴luthfianaaura35@gmail.com,
⁵jelpinalfisah@gmail.com, ⁶nadia.ramadani252@gmail.com,
⁷aisyatiara05@gmail.com, ⁸zahrazaharaa20@gmail.com

ABSTRACT

Social media today is not only a means of communication but also a space for displaying personal activities, including acts of charity (sadaqah). The phenomenon of "flexing" in charity has emerged as a form of expression that may have two sides: it can serve as inspiration, but it can also lead to acts of showing off (riya). This study aims to analyze this phenomenon from the perspective of Qur'anic values. The method used is a mixed method approach, combining literature review and questionnaire distribution among adolescent social media users. The results show that most respondents consider charity-related content to be inspiring; however, it also has the potential to lead to riya if it is performed to gain social recognition. Therefore, awareness is needed in maintaining sincere intentions and ethical behavior in social media use so that Qur'anic values are preserved.

Keywords: *social media, flexing, charity (sadaqah), riya, Qur'anic values*

ABSTRAK

Media sosial saat ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang untuk menampilkan aktivitas pribadi, termasuk daam hal sedekah. Fenomena flexing dalam sedekah muncul sebagai bentuk ekspresi yang berpotensi memiliki dua sisi, yaitu sebagai inspirasi maupun sebagai Tindakan yang mengarah pada riya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena tersebut dalam perspektif nilai Qurani. Metode yang digunakan adalah mixed method, yaitu studi literatur dan penyebaran angket kepada remaja pengguna media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebgaiian besar responden menganggap konten sedekah dapat memberikan isnpirasi, namun juga berpotensi mengarah pada riya apabila dilakukan untuk mendapatkan pengakuan sosial. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dalam menjaga niat dan etika dalam bermedia sosial agar nilai Qurani tetap terjaga.

Kata Kunci: media sosial, flexing, sedekah, riya, nilai Qurani

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat berinteraksi dan menampilkan aktivitas sehari-hari. Platform seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp kini tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra diri di hadapan publik. Salah satu fenomena yang banyak muncul adalah konten sedekah yang dibagikan secara terbuka melalui media sosial. Aktivitas tersebut sering kali dikaitkan dengan istilah flexing, yaitu perilaku memperlihatkan sesuatu kepada publik untuk memperoleh perhatian atau pengakuan sosial (Kumajas et al., 2024).

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi tempat menampilkan berbagai aktivitas pribadi, termasuk kegiatan sedekah. Saat ini banyak pengguna media sosial yang membagikan aktivitas sedekah melalui foto, video, maupun konten bantuan sosial. Di satu sisi, tindakan tersebut dapat memberikan inspirasi kepada masyarakat untuk berbagi. Namun, di sisi lain muncul fenomena flexing

sedekah yang berpotensi menggeser nilai keikhlasan menjadi pencarian pengakuan dan validasi sosial. Konten sedekah yang awalnya bertujuan menyebarkan kebaikan dapat berubah menjadi sarana pencitraan apabila dilakukan untuk memperoleh pujian dari orang lain. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Abdul & Sahlan, 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat memengaruhi orientasi individu dalam menunjukkan amal kepada publik. Oleh karena itu, fenomena flexing sedekah di media sosial penting untuk dikaji melalui perspektif nilai-nilai Qurani.

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT menjelaskan bahwa sedekah yang dilakukan secara terang-terangan diperbolehkan apabila bertujuan memberi contoh yang baik. Namun, sedekah yang dilakukan dengan niat riya dapat menghilangkan nilai ibadahnya. Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 271: مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ (٣٦)

“Jika kamu menampilkan sedekahmu, itu baik. (Akan tetapi,) jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang

fakir, itu lebih baik bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

Namun, Allah juga memperingatkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 264: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُبْطِلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُؤْتِقُ مَالَهُ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ ثُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا لَا يَقْدِرُونَ عَلَى شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ (٣٦٤)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghilangkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan si penerima), seperti orang yang menafkahkan hartanya karena riya kepada manusia dan dia tidak beriman kepada Allah dan hari kemudian. Maka perumpamaan orang itu seperti batu licin yang di atasnya ada tanah, kemudian batu itu ditimpa hujan lebat, lalu jadilah dia bersih (tidak bertanah). Mereka tidak menguasai sesuatupun dari apa yang mereka usahakan; dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”

Selain itu, dalam QS. Al-Ma’un ayat 4–6 dijelaskan mengenai orang-orang yang beribadah tetapi memiliki sifat riya. Ayat tersebut menunjukkan

bahwa Islam sangat menekankan keikhlasan dalam setiap amal yang dilakukan.

Fenomena *flexing* dalam sedekah juga menimbulkan dua dampak yang berbeda. Di satu sisi, konten sedekah dapat menginspirasi masyarakat untuk berbagi dan meningkatkan kepedulian sosial. Namun di sisi lain, muncul kekhawatiran bahwa aktivitas tersebut dapat menyebabkan pergeseran nilai Qurani, seperti berkurangnya keikhlasan, munculnya pencitraan sosial, hingga eksploitasi terhadap penerima bantuan (Ajidin, Z. A.; Wahidah, 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi remaja terhadap fenomena *flexing* dalam sedekah di media sosial serta meninjau fenomena tersebut berdasarkan nilai-nilai Qurani.

Penelitian ini menggunakan Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh (Goffman, 1959) dalam *The Presentation of Self in Everyday Life*. Teori ini memandang kehidupan sosial sebagai sebuah panggung tempat individu menampilkan citra tertentu untuk memperoleh penilaian positif dari orang lain melalui proses

yang disebut manajemen kesan (impression management). Goffman membagi ruang interaksi menjadi front stage (panggung depan) dan back stage (panggung belakang). Panggung depan merupakan ruang tempat individu menampilkan perilaku yang telah dikonstruksi untuk konsumsi publik, sedangkan panggung belakang merupakan ruang privat yang tidak terlihat oleh orang lain.

Dalam konteks penelitian ini, media sosial dapat dipahami sebagai front stage digital yang memungkinkan individu menampilkan aktivitas sedekah kepada publik. Melalui perspektif dramaturgi, fenomena flexing sedekah dipandang sebagai upaya membangun citra diri tertentu, seperti dermawan atau peduli terhadap sesama. Oleh karena itu, teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana media sosial memengaruhi cara seseorang menampilkan aktivitas sedekah serta kaitannya dengan nilai keikhlasan dalam perspektif Qurani.

B. Metode Penelitian (Huruf 12 dan Ditebalkan)

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*),

yaitu menggabungkan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran angket. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengkaji fenomena flexing dalam sedekah berdasarkan sumber-sumber ilmiah yang relevan, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui persepsi remaja terhadap fenomena tersebut.

Angket disebarakan kepada 70 responden yang merupakan remaja pengguna aktif media sosial. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, dengan kriteria responden berusia 15-20 tahun dan aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala likert yang terdiri dari 16 pertanyaan. Pernyataan tersebut mencakup aspek persepsi terhadap konten sedekah, tujuan membagikan sedekah, perspektif nilai Qurani, serta dampak sosial. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat kecenderungan jawaban responden, dan selanjutnya dikaitkan dengan nilai-nilai qurani terkait keikhlasan dalam beramal (Raharja et al., 2024).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan
(Huruf 12 dan Ditebalkan)
Realitas Flexing Sedekah di
Media Sosial

Perkembangan media sosial telah menjadikan aktivitas berbagi tidak lagi bersifat pribadi, tetapi juga menjadi konsumsi publik. Berdasarkan hasil angket yang telah disebarkan kepada 70 responden, TikTok menjadi platform yang paling sering digunakan dengan persentase sebesar 64,3%, diikuti WhatsApp sebesar 21,4% dan Instagram sebesar 11,4%. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki pengaruh besar terhadap pola interaksi remaja di era digital (Kumajas et al., 2024).

Mayoritas responden juga menyatakan bahwa mereka sering melihat konten sedekah di media sosial. Sebanyak 44,3% responden setuju dan 32,9% sangat setuju bahwa konten sedekah sering muncul di media sosial. Selain itu, 40% responden setuju dan 40% sangat setuju bahwa konten sedekah mudah ditemukan. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena flexing sedekah telah menjadi bagian dari budaya digital masyarakat saat ini (Abdul & Sahlan, 2023). Fenomena tersebut

sebenarnya memiliki sisi positif karena dapat meningkatkan kepedulian sosial dan menginspirasi masyarakat untuk berbagi kepada sesama. Dalam QS. Al-Baqarah ayat 271 dijelaskan bahwa memperlihatkan sedekah dapat menjadi sesuatu yang baik apabila bertujuan memberi contoh kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rosida et al., 2023) yang menyatakan bahwa publikasi sedekah di media sosial dapat menjadi sarana dakwah dan motivasi sosial apabila dilakukan dengan niat yang baik. Hasil angket menunjukkan bahwa 62,9% responden sangat setuju bahwa konten sedekah dapat menginspirasi orang lain untuk membantu sesama. Namun, di sisi lain, publikasi sedekah yang dilakukan secara berlebihan juga dapat memunculkan persoalan etika dan menggeser tujuan utama dari sedekah itu sendiri. Media sosial sering kali membuat aktivitas sosial lebih berorientasi pada perhatian publik dibandingkan nilai ibadah dan kemanusiaan (Anjuwi et al., 2024).

Pergeseran Nilai Qurani dalam
Fenomena Flexing Sedekah

Fenomena flexing sedekah di media sosial menunjukkan adanya pergeseran beberapa nilai Qurani

dalam praktik bersedekah di era digital. Salah satu nilai yang mengalami pergeseran adalah nilai keikhlasan. Dalam Islam, sedekah dianjurkan dilakukan semata-mata karena Allah SWT tanpa mengharapkan pujian manusia. Akan tetapi, media sosial sering kali mendorong seseorang untuk memperlihatkan amal yang dilakukan demi memperoleh perhatian, likes, komentar, dan validasi sosial dari publik (Abdul & Sahlan, 2023). Hal ini bertentangan dengan QS. Al-Ma'un ayat 4–6 yang menjelaskan tentang perilaku riya dalam beribadah: “Maka celakalah orang-orang yang shalat, yaitu orang-orang yang lalai terhadap shalatnya, dan orang-orang yang berbuat riya.”

Hasil angket menunjukkan bahwa sebanyak 67,1% responden sangat setuju bahwa sedekah seharusnya dilakukan secara ikhlas tanpa dipamerkan di media sosial. Selain itu, 41,4% responden juga setuju bahwa media sosial dapat mempengaruhi niat seseorang dalam bersedekah. Data tersebut menunjukkan bahwa remaja menyadari pentingnya menjaga niat dalam beramal meskipun hidup di

lingkungan digital yang mendorong keterbukaan.

Nilai lain yang mengalami pergeseran adalah nilai tawadhu atau rendah hati. Dalam beberapa konten sedekah, aktivitas berbagi tidak lagi hanya dilakukan untuk membantu sesama, tetapi juga menjadi sarana membangun citra diri agar dianggap dermawan oleh masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori presentasi diri dari (Goffman, 1959) yang menjelaskan bahwa individu cenderung menampilkan citra terbaik dirinya di hadapan publik.

Padahal dalam QS. Al-Isra ayat 37 yang berbunyi: وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا ﴿٣٧﴾

“Dan janganlah engkau berjalan di muka bumi ini dengan sombong, untuk menampakkan kekuasaan dan kekuatanmu, karena sesungguhnya sekuat apa pun hentakan kakimu, kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan setinggi apa pun kepalamu, sekali-kali kamu tidak akan sampai setinggi gunung. Sesungguhnya kamu adalah makhluk yang lemah dan rendah di hadapan Allah, kamu tidak memiliki kekuatan dan kemuliaan, melainkan apa yang dianugerahkan oleh-Nya.”

Allah SWT melarang manusia bersikap sombong dan berlebihan dalam menunjukkan diri kepada orang lain. Selain itu, fenomena flexing sedekah juga dapat menggeser nilai menjaga martabat sesama manusia. Tidak sedikit konten sedekah yang memperlihatkan kondisi penerima bantuan secara berlebihan demi menarik perhatian penonton. Padahal Islam sangat menekankan pentingnya menjaga kehormatan sesama manusia sebagaimana dijelaskan dalam QS. AlHujurat ayat 11 tentang larangan merendahkan orang lain.

Nilai kesederhanaan dalam beramal juga mulai mengalami perubahan. Dalam beberapa kasus, sedekah dikemas secara berlebihan demi kebutuhan konten dan popularitas di media sosial. Padahal Allah SWT mengajarkan umat manusia untuk bersikap sederhana dan tidak berlebih-lebihan sebagaimana dijelaskan dalam QS AL-Furqan ayat 67. (Nurhayat & Noorrizki, 2022)

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

“orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.”

Dampak Positif dan Negatif Flexing Sedekah

Fenomena flexing sedekah memiliki dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Dari sisi positif, media sosial dapat menjadi sarana dakwah dan meningkatkan kepedulian sosial. Berdasarkan hasil angket, sebanyak 58,6% responden sangat setuju bahwa konten sedekah mampu meningkatkan rasa peduli terhadap sesama. Selain itu, banyak responden yang merasa termotivasi untuk berbagi setelah melihat konten sedekah di media sosial (Kumajas et al., 2024).

Hal ini sejalan dengan QS. AL-Hadid ayat 18 yang berbunyi : إِنَّ الْمُسْدِقِينَ وَالْمُسْدِقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضْعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ ﴿١٨﴾
“Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan, dan meminjamkan (kepada) Allah pinjaman yang baik, akan dilipatgandakan (balasannya) kepada mereka dan baginya (diberikan) ganjaran yang sangat mulia (surga)”.

QS AL-Hadid ayat 18 menjelaskan bahwa Allah SWT menjanjikan pahala yang besar bagi orang-orang yang bersedekah dengan

ikhlas. Oleh karena itu, media sosial “Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah, baik laki-laki maupun perempuan, dan meminjamkan (kepada) Allah pinjaman yang baik, akan dilipatgandakan (balasannya) kepada mereka dan baginya (diberikan) ganjaran yang sangat mulia (surga)”. QS AL-Hadid ayat 18 menjelaskan bahwa Allah SWT menjanjikan pahala yang besar bagi orang-orang yang bersedekah dengan ikhlas. Oleh karena itu, media sosial sebenarnya dapat dimanfaatkan sebagai sarana menyebarkan kebaikan apabila digunakan dengan niat yang benar.

Namun, di sisi lain, fenomena ini juga menimbulkan dampak negatif. Sebagian responden menyatakan bahwa konten sedekah dapat menimbulkan rasa iri dan perbandingan sosial di masyarakat. Selain itu, media sosial dapat membuat seseorang lebih fokus pada pengakuan publik dibandingkan makna ibadah dari sedekah itu sendiri (Husein & Slama, 2018).

Fenomena ini juga berpotensi memunculkan perilaku riya, yaitu melakukan amal dengan tujuan memperoleh pujian manusia. Dalam QS. An-Nisa ayat 38, Allah SWT

menjelaskan tentang orang-orang yang menginfakkan hartanya karena ingin dipuji oleh manusia. Ayat tersebut menunjukkan bahwa niat menjadi faktor utama yang menentukan nilai suatu amal dalam Islam (Rosida et al., 2023).

وَالَّذِينَ يُتَفَقُّونَ أَمْوَالَهُمْ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا
بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَمَنْ يَكُنِ الشَّيْطَانُ لَهُ قَرِينًا فَسَاءَ قَرِينًا ﴿٣٨﴾

“Allah juga tidak menyukai) orang-orang yang menginfakkan hartanya karena riya kepada orang (lain) dan orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan tidak (pula) kepada hari Akhir. Siapa yang menjadikan setan sebagai temannya, (ketahuilah bahwa) dia adalah seburuk-buruk teman.”

Menjaga Keikhlasan di Era Digital

Di tengah perkembangan media sosial yang semakin pesat, menjaga keikhlasan menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat, khususnya remaja. Media sosial memang dapat dimanfaatkan sebagai sarana berbagi inspirasi dan menyebarkan kebaikan, namun penggunaannya tetap harus memperhatikan nilai-nilai Islam dan etika social (Diansyah et al., 2021).

Dalam QS. Al-Insan ayat 9 dijelaskan bahwa orang-orang

beriman memberikan makanan kepada orang lain semata-mata karena mengharap ridha Allah SWT dan tidak menginginkan balasan maupun ucapan terima kasih. Ayat tersebut menunjukkan bahwa tujuan utama sedekah adalah membantu sesama dan memperoleh ridha Allah, bukan untuk mendapatkan popularitas di media sosial.

Oleh karena itu, pengguna media sosial perlu lebih bijak dalam membagikan konten sedekah. Dokumentasi sedekah sebaiknya tidak dilakukan secara berlebihan serta tetap menjaga martabat penerima bantuan. Dengan demikian, media sosial dapat tetap menjadi sarana dakwah dan kepedulian sosial tanpa mengurangi nilai keikhlasan dalam beramal (Ajidin, Z. A.; Wahidah, 2023).

D. Kesimpulan

Fenomena *flexing* sedekah di media sosial menjadi salah satu bentuk perubahan perilaku sosial di era digital. Berdasarkan hasil penelitian, media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp memiliki pengaruh besar terhadap cara remaja melihat dan membagikan aktivitas sedekah. Konten sedekah

dinilai mampu memberikan inspirasi dan meningkatkan kepedulian sosial, namun di sisi lain juga berpotensi menimbulkan perilaku riya, pencitraan sosial, serta pergeseran nilai Qurani dalam bersedekah.

Nilai-nilai Qurani yang mengalami pergeseran meliputi nilai keikhlasan, tawadhu, kesederhanaan, serta menjaga martabat penerima bantuan. Media sosial sering kali mendorong individu untuk menampilkan amal di hadapan publik demi memperoleh perhatian, likes, dan pengakuan sosial. Meskipun demikian, mayoritas responden masih memahami bahwa sedekah seharusnya dilakukan dengan niat ikhlas semata-mata karena Allah SWT.

Berdasarkan perspektif Qurani, publikasi sedekah sebenarnya tidak dilarang selama bertujuan untuk memberikan inspirasi dan mengajak masyarakat berbuat kebaikan. Namun, Islam tetap menekankan pentingnya menjaga niat, etika, dan keikhlasan agar sedekah tidak berubah menjadi sarana riya dan pencitraan di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Goffman, E. (1959). *The Presentation of self in everyday life*.

Artikel in Press :

Raharja, H. F., Marhaeni, T., Astuti, P., Atmaja, H. T., & Lestari, P. (2024). *Flexing on Social Media Among Indonesian Teenagers : A Literature Review*. 10, 437–443.

Jurnal :

Abdul, M., & Sahlan, A. (2023). *FENOMENA FLEXING DALAM SEDEKAH DI MEDIA SOSIAL : Kajian Qs . Al-Baqarah [2]: 271 Prespektif Ma ' na - Cum-Maghz ā*. 32–48.

Ajidin, Z. A.; Wahidah, N. (2023). *No Title Flexing dan israf dalam perspektif islam*. 4(1), 1–16.

Anjuwi, S. Al, Alaisyahda, V., & Sari, T. N. (2024). *Pandangan Hukum Islam Terhadap Fenomena Flexing di Media Sosial*. 5, 38–55.

Diansyah, E. P., Gaffar, A., Sulaemang, L., & Zuhrah, N. (2021). *SEDEKAH YANG MENYAKITKAN PERSPEKTIF AL- QUR ' AN*. 1(1), 263–264.

Husein, F., & Slama, M. (2018). *Online piety and its discontent : revisiting Islamic anxieties on Indonesian social media*. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 80–90.

<https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1>

Kumajas, M. L., Lumenta, H. N.,

Tuerah, P. R., Rawung, H., & Manado, U. N.

(2024). *The Flexing Phenomenon on Social Media Is Between Educating and Showing Off in Criminal Law Aspects*. 5(1), 274–283.

<https://doi.org/10.53682/jpjsre.v5i1.9851>

Nurhayat, E., & Noorrizki, R. D. (2022). *Flexing : Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem*. 2(5), 368–374.

<https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v2i52022p368-374>

Rosida, I., Zahra, F. A., Tuzzahrah, F., & Azzahrah, S. (2023). *Flexing culture in the age of social media : From social recognition to self-satisfaction*. 6(2), 193–208.