

Fenomena Budaya *Flexing* Lesti – Bilar dalam Relasinya dengan Imitative Matrealistik

The Cultural Phenomenon of Lesti - Bilar Flexing in Relation to Matrealistic Imitation

Himmatul 'Ulyah¹

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,

Universitas Yudharta Pasuruan

Jl. Yudharta No.7, Sengonagun, Purwosari, Pasuruan, Jawa Timur 67162

Email: jenifermaya13@gmail.com

Abstract

One evidence of the social changes that are taking place is the phenomenon of flexing culture, which is increasingly popular on social media, especially on the YouTube platform. Leslar Entertainment's YouTube content, which features Lesti and Bilar's flexing culture, has also received a lot of attention. Rizky Bilar and Lesti Kejora's materialistic behavior shows that they have a successful life with luxury goods, which can create a sense of imitation for netizens to be able to have the same thing. This study aims to determine how the phenomenon of flexing culture on YouTube social media Leslar Entertainment in relation to materialistic imitative using Alfred Schutz's phenomenological analysis of the period January-June 2023. Using descriptive qualitative research methods. Data collection was carried out using documentation techniques and literature studies. In this study, interactive model data analysis techniques were used, namely data collection, data reduction, data presentation, conclusion verification. The results of this study indicate that the flexing culture phenomenon displayed by Lesti-Billar on YouTube Leslar Entertainment causes materialistic imitative phenomena in some of its viewers. This can be seen from the positive comments that support Leslar's flexing content and inspire netizens to do imitative. In addition to showing off, the act of flexing is also based on because motives such as seeking attention, existence, social pressure, and lack of empathy. in order to motives also influence Lesti-Billar to increase popularity, image, social status, followers, financial gain, inspiration, entertainment, brand value, and business opportunities. This phenomenon is in accordance with Alfred Schutz's phenomenological theory.

Keywords: *Flexing, Imitative Matrealistic, Alfred Schutz's Phenomenology.*

Abstrak

Salah satu bukti dari perubahan sosial yang tengah terjadi adalah fenomena budaya *flexing* yang semakin populer di media sosial, terutama di platform YouTube. Konten YouTube Leslar *Entertainment*, yang menampilkan budaya *flexing* Lesti dan Bilar, juga mendapat banyak perhatian, serta materialistik yang dimiliki Rizky Bilar dan Lesti Kejora memperlihatkan bahwa mereka memiliki kehidupan yang sukses dengan memiliki barang-barang mewah sehingga dapat menimbulkan rasa *imitative* bagi *netizen* untuk bisa memiliki hal yang serupa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fenomena budaya *flexing* di media sosial YouTube Leslar *Entertainment* dalam relasinya dengan *imitative* materialistik menggunakan analisis fenomenologi Alfred Schutz periode januari-juni 2023. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis data model interaktif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, *conclusion verification*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena budaya *flexing* yang ditampilkan oleh Lesti-Billar di YouTube Leslar *Entertainment* menyebabkan fenomena *imitative* materialistik pada beberapa penontonnya. Hal ini terlihat dari komentar positif yang mendukung konten *flexing* Leslar dan menginspirasi *netizen* untuk melakukan *imitative*. Selain pamer, tindakan *flexing* juga didasari oleh motif karena (*because motive*) seperti mencari perhatian, eksistensi, tekanan sosial, dan kurangnya empati. motif tujuan (*in order to motif*) juga mempengaruhi Lesti-Billar untuk meningkatkan popularitas, citra, status sosial, pengikut, keuntungan finansial, inspirasi, hiburan, nilai merek, dan peluang bisnis. Fenomena ini sesuai dengan teori fenomenologi Alfred Schutz.

Kata Kunci: *Flexing*, *Imitative* Matrealistik, Fenomenologi Alfred Schutz.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan kemudahan akses internet telah menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat Indonesia kini dapat dengan mudah mengakses informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat di seluruh dunia, membuka peluang baru dalam bisnis, pendidikan, dan budaya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga telah mengubah cara hidup masyarakat di era digital. Di Indonesia, di abad ke-21 ini, masyarakat semakin mudah mengakses teknologi dengan adanya kemudahan akses internet. Namun, perkembangan teknologi ini membawa dampak positif dan negatif yang cukup signifikan bagi para penggunaannya. Perubahan sosial budaya di masyarakat sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Masalah-masalah yang memicu terjadinya

perubahan sosial budaya juga terjadi karena perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan (Wiyono Hadi et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial, seperti YouTube, menjadi sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Media sosial memainkan peran yang semakin penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang semakin bergantung pada perangkat mobile dan akses internet (Riyanto, 2022). Salah satu media sosial yang paling banyak dicari dan digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube. Hasil survei penetrasi dan perilaku internet tahun 2023 dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan hal ini. Namun, penggunaan teknologi ini juga memiliki dampak yang tidak dapat

diabaikan terhadap budaya masyarakat. Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat telah mencerminkan percampuran budaya dan menyebabkan perubahan sosial yang besar di seluruh dunia. Gaya hidup bukan hanya tentang pemenuhan kebutuhan hidup dan budaya material, tetapi juga berfungsi sebagai arena interaksi sosial. Makna sosial menjadi komoditas yang diminati, dan persaingan posisi muncul di antara anggota masyarakat yang terlibat. Konsep budaya konsumerisme mencakup penggunaan produk konsumen untuk membentuk gaya, kepribadian, dan status sosial (Khayati et al., 2022).

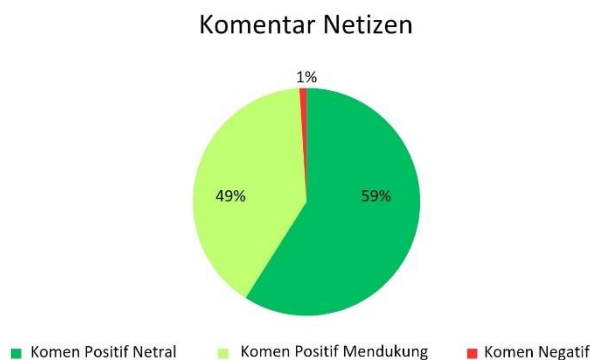
Perubahan sosial yang terjadi dapat dilihat dari meningkatnya praktik pamer kekayaan atau budaya flexing di media sosial. Flexing adalah perilaku pamer di media sosial tentang pencapaian atau prinsip pribadi dengan tujuan tertentu, seperti tujuan endorsement, menunjukkan kredibilitas, atau mencari pasangan yang kaya raya (Rizaty, 2022). Menurut kamus Merriam Webster, *flexing* adalah tindakan memamerkan sesuatu yang dimiliki secara pribadi dengan cara lebih mencolok (Ananda, 2022).

Sedangkan (Nugroho, 2022) berpendapat bahwa flexing bagi seorang selebgram (Selebriti dalam media Instagram) untuk menunjukkan kualitas diri demi meraih popularitas melalui media sosial yakni Instagram untuk menunjukkan kualitas diri demi meraih sebuah popularitas di media sosial Instagram. Kasus pamer kemewahan atau *flexing* ini sejalan dengan munculnya istilah “sultan” atau *crazy rich* di media sosial. Banyak *vlogger* atau *content creator* yang menjadikan ajang pamer kemewahan sebagai konten di laman media sosialnya, dengan menunjukkan seperti saldo ATM,

tumpukan uang, pakaian mahal, jet pribadi, liburan ke luar negeri, barang-barang bermerek hingga rumah megah, dan sederet rumah megah, dan sederet barang mewah lainnya (Darmalaksana, 2022).

Fenomena Budaya flexing populer di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan juga di platform streaming video seperti YouTube. Banyak YouTuber yang membangun merek pribadi mereka dengan memanfaatkan budaya flexing, misalnya dengan memamerkan perjalanan mewah atau koleksi barang mewah. Budaya “flexing” ini tidak hanya terbatas pada pengguna biasa, tetapi juga ditemukan pada publik figur seperti artis dan selebriti. Banyak artis terkenal yang memamerkan gaya hidup mewah mereka di media sosial untuk membangun citra glamor dan menarik minat para penggemar. Contoh figur publik yang menampilkan budaya pamer di media sosial adalah pasangan selebriti Lesti Kejora dan Rizky Bilal, yang memiliki kanal YouTube bersama. Budaya ini dapat mempengaruhi netizen untuk mengadopsi gaya hidup mewah, yang terkadang mengorbankan keuangan mereka.

Channel Youtube Leslar *Entertainment* merupakan salah satu akun yang baru berjalan 2 tahun dengan jumlah *subscriber* mencapai 1,64 juta *subscriber* dan lebih banyaknya jumlah komentar pro dari pada komentar kontra yang ditulis *netizen* di kolom komentar konten Youtube Leslar *Entertainment*. Jika dipersentasikan dari ribuan komentar *netizen* di konten Leslar *Entertainment* terdapat 59,5% komentar positif netral, 40,4% komentar positif, dan 0,1% komentar negatif.



Gambar 1. Diagram persentase komentar netizen
(Sumber : Diolah Peneliti, 2023)

Walaupun didalam konten tersebut menampilkan fenomena budaya flexing yang dilakukan oleh Rizky Bilar dan Lesti Kejora, serta materialistik yang dimiliki Rizky Bilar dan Lesti Kejora memperlihatkan bahwa mereka memiliki kehidupan yang sukses dengan memiliki barang-barang mewah sehingga dapat menimbulkan rasa imitative bagi netizen untuk bisa memiliki hal yang serupa. Alhasil, beberapa orang memaksakan diri untuk mengadopsi gaya hidup mewah meskipun tidak mampu finansial yang ia alami, semata-mata hanya karena ingin mendapat validasi dari orang lain. Munculnya dampak imitatif materialistik menunjukkan bahwa kurang pemahaman netizen terhadap tindakan flexing yang dilakukan oleh Lesti-Bilar di konten kanal YouTube Lestar Entertainment.

Sedangkan (Hasanah, 2019) berpendapat bahwa materialisme merupakan paham dimana kepemilikan materi sangat penting bagi individu dalam usahanya mencapai kebahagiaan. Kondisi materialistik dalam diri individu didukung oleh peningkatan produksi barang dan perkembangan teknologi global dimana gaya hidup masyarakat semakin secara sempit pada materi atau produksi barang.

Imitasi dapat didefinisikan sebagai bentuk penentuan dari sebuah ukuran yang harus diikuti oleh orang banyak. Dalam hal ini, imitasi berlaku pada gaya hidup Influencer. Generasi milenial cenderung dikatakan sebagai generasi digital, karena generasi ini mengenal dunia internet (Kristinova, 2022).

Berdasarkan fenomena yang terjadi seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, yaitu *flexing culture* di media sosial khususnya di platform YouTube, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terkait analisis fenomena budaya *flexing* pada konten kanal YouTube Lestar Entertainment dan relasinya dengan *imitative* materialistik yang akan dikaji secara kualitatif dengan menggunakan analisis fenomenologi Alfred Schutz sehingga hal ini dapat menjadi pembeda dengan penelitian terdahulu.

METODE PENELITIAN/METODE PENCIPTAAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang serta perilaku yang diamati (Sari et al., 2022). Arifin dan Nurdiansyah (Arifin & Nurdyansyah, 2018) mengemukakan bahwa Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memusatkan perhatiannya terhadap masalah-masalah aktual melalui proses pengumpulan, penyusunan atau pengklasifikasikan, pengolahan, dan penafsiran data. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data mendalam (Ririn et al., 2022). Metode penelitian kualitatif deskriptif ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena budaya "*flexing*" yang ditampilkan oleh

Lesti-Bilar dalam channel YouTube Leslar Entertainment dan relasinya dengan *imitative* matrealistik.

Penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana fenomena *flexing* Lesti-Bilar dalam relasinya dengan *imitative* materialistik menggunakan tinjauan analisis fenomenologi Alfred Schutz di kanal YouTube Leslar Entertainment periode Januari 2023 - Juni 2023. Peneliti menentukan dari konten Leslar Entertainment yang mengandung unsur *flexing* dianalisis dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Adapun yang diamati yaitu motif sebab (*because motive*) dan motif tujuan (*In order to motive*). Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang berkualitas (Sugiyono, 2018) teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat diunduh dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini yakni video dari channel YouTube Leslar Entertainment yang memunculkan budaya *flexing* dan studi kepustakaan digunakan peneliti mendalami, menelaah, mencermati, dan mengidentifikasi pengetahuan yang ada dalam kepustakaan seperti buku referensi, jurnal, sumber bacaan, atau hasil dari penelitian lain. Sedangkan dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis data model interaktif (Miles et al., 2018) pengumpulan data (*data collection*) untuk mengumpulkan fakta-fakta atau data-data, reduksi data (*data reduction*) Proses mengurangi jumlah data yang dikumpulkan menjadi informasi yang lebih relevan dan bermakna, penyajian data (*data display*): Proses menyajikan data yang telah diurutkan dan direduksi secara visual atau naratif agar mudah dipahami, *conclusion verification* untuk proses memverifikasi kesimpulan atau temuan yang dihasilkan dari analisis data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Fenomena Budaya *Flexing*

Fenomena budaya *flexing* mengacu pada praktik menunjukkan atau memamerkan kekayaan materi, seperti barang-barang mewah, properti, atau harta benda yang dimiliki seseorang. Dalam konteks ini, Lesti dan Bilar merupakan salah satu tokoh yang cukup sering memamerkan gaya hidup mewah mereka melalui konten di Leslar Entertainment. Seperti pada gambar-gambar konten diatas, dimana mereka menunjukkan beberapa properti hingga makanan dengan harga yang cukup fantastis sehingga hal ini secara tidak langsung mencerminkan kemewahan mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada konten Leslar Entertainment yang mengandung unsur *flexing* didalamnya pada periode Januari – Juni 2023. Berdasarkan hasil pengumpulan data, peneliti menemukan 7 video yang mengandung unsur *flexing* dalam kurun waktu 6 bulan tersebut. Adapun beberapa video tersebut, yaitu:

Tabel 1. Video *flexing* Leslar

No	Keterangan
1	BUNDA LESTI AKTIF BERKUDA LAGI? ABANG L DAN PAPA SIAP NEMENIN BUNDA BERKUDA! (25 April 2023) 24 rb like, 278.895 x ditonton



Keterangan : Gambar diatas menunjukkan Lesti dan Bilar sedang berpartisipasi dalam hobi yang mahal, yaitu berkuda. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk

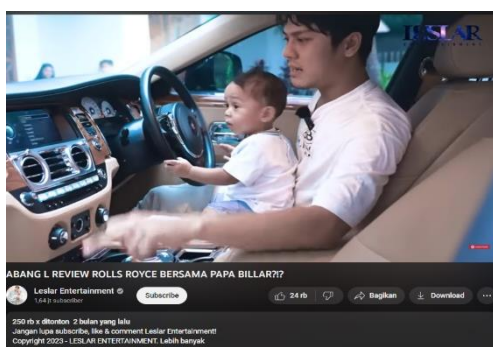
menikmati kegiatan yang berpotensi tidak dapat diakses oleh semua orang karena tak hanya butuh biaya untuk perawatan kuda tetapi juga hobi ini membutuhkan peternakan untuk menitipkan kuda tersebut dan hal ini lah yang membuat hobi berkuda menjadi hobi yang mahal dan eksklusif.

- 2 MIMPI BUNDA LESTI PUNYA VILLA DI BALI INSHAALLAH TERCAPI!!! (3 Mei 2023) 25 rb like, 317.162 x ditonton



Keterangan : Gambar diatas menunjukkan salah satu bentuk *flexing* yang ditampilkan dalam video di Channel Youtube Leslar Entertainment . Dalam video tersebut, pelaku menunjukkan pembelian villa mewah di Bali sebagai bentuk *flexing*. Ini menunjukkan bahwa pelaku memiliki kemampuan untuk membeli properti mewah yang berpotensi tidak dapat diakses oleh semua orang karena harganya yang mahal.

- 3 ABANG L REVIEW ROLLS ROYCE BERSAMA PAPA BILLAR?!? (19 Mei 2023) 24 rb like, 251.794 x ditonton



Keterangan : Dari gambar diatas, menunjukkan salah satu bentuk *flexing* yang ditampilkan dalam video di Channel Youtube Leslar Entertainment . Dalam video tersebut, pelaku menunjukkan mobil mewah jenis rolls royce ghost yang dimilikinya sebagai bentuk *flexing*. Ini menunjukkan bahwa pelaku memiliki kemampuan untuk membeli kendaraan mewah yang berpotensi tidak dapat diakses oleh semua orang karena harganya mahal.

- 4 PAPA BILLAR MASUK DIMENSI LAIN?!? (24 Mei 2023) 13 rb like, 106.627 x ditonton



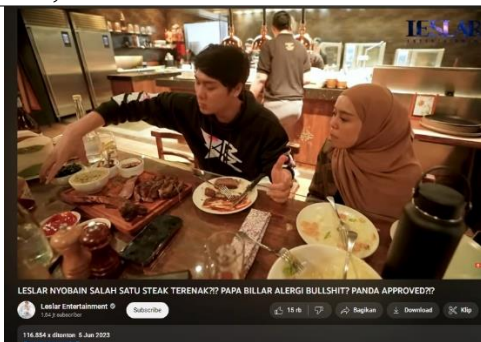
Keterangan : Gambar diatas menunjukkan salah satu bentuk *flexing* yang ditampilkan dalam video di Channel Youtube Leslar Entertainment . Dalam video tersebut, pelaku menunjukkan kepemilikan headset realitas virtual untuk konsol video game rumahan playstation 5 jenis playstation VR 2 sebagai bentuk *flexing*. Ini menunjukkan bahwa pelaku memiliki kemampuan untuk membeli perangkat teknologi canggih yang berpotensi tidak dapat diakses oleh semua orang atau hanya dapat dibeli orang yang memiliki ekonomi menengah keatas karena harganya yang mahal.

- 5 LESLAR NYOBAIN DUREN 2 JUTA?!? MABOK HALAL!!! (28 Mei 2023) 19 rb like, 186.225 x ditonton



Keterangan : Gambar diatas menunjukkan salah satu bentuk *flexing* yang ditampilkan dalam video di Channel Youtube Leslar Entertainment . Dalam video tersebut, pelaku menunjukkan pembelian buah durian dengan harga 2 juta sebagai bentuk *flexing*. Ini menunjukkan bahwa pelaku memiliki kemampuan untuk membeli buah durian dengan harga yang dianggap tinggi oleh sebagian orang.

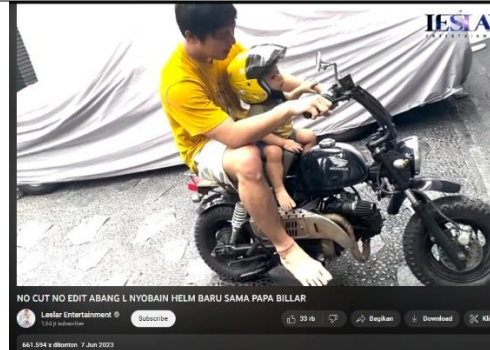
- 6 LESLAR NYOBAIN SALAH SATU STEAK TERENAK?!? PAPA BILLAR ALERGI BULLSHIT? PANDA APPROVED?!? (5 Juni 2023) 15 rb like, 116.854 x ditonton



Keterangan : Gambar diatas menunjukkan salah satu bentuk *flexing* yang ditampilkan dalam video di Channel Youtube Leslar Entertainment. Dalam video tersebut, Lesti dan Bilar terlihat sedang menikmati steak dan banyak menu lainnya di salah satu restoran mewah di Bali sebagai bentuk *flexing*. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menikmati makanan berkualitas tinggi di restoran mewah yang berpotensi tidak dapat diakses oleh

semua orang karena harganya yang tinggi.

- 7 NO CUT NO EDIT ABANG L NYOBAIN HELM BARU SAMA PAPA BILLAR (7 Juni 2023) 33 rb like, 661.594 x ditonton



Keterangan : Gambar tersebut menunjukkan salah satu bentuk *flexing* yang ditampilkan dalam sebuah video di Channel Youtube Leslar Entertainment . Dalam video tersebut, Rizky Billar menunjukkan sepeda motor mewah yang dimilikinya sebagai salah satu bentuk *flexing*. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku memiliki kemampuan untuk membeli kendaraan mewah yang berpotensi tidak dapat dijangkau oleh semua orang karena harganya yang mahal.

(Sumber : Leslar Entertainment)

Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) fenomena *flexing* selebgram merupakan tindakan yang dilakukan seorang untuk menunjukkan sesuatu yang mewah guna mendapatkan pengakuan dari orang lain. Persepsi *flexing* bagi seorang selebgram (Selebriti dalam media Instagram) untuk menunjukkan kualitas diri demi meraih popularitas melalui media sosial yakni Instagram untuk menunjukkan kualitas diri demi meraih sebuah popularitas di media sosial Instagram.

Jika dikaji dengan fenomenologi Alfred Schutz, Schutz menekankan pentingnya makna dan pandangan kita dalam berinteraksi dengan orang lain, dan dalam hal ini, *flexing* menjadi salah satu cara seseorang untuk menunjukkan diri dan menunjukkan kekayaan yang dimilikinya,

dengan tujuan untuk membangun identitas sosial.

Dengan memahami konsep-konsep fenomenologi Alfred Schutz dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana masyarakat menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan membentuk identitas sosial, termasuk dalam konteks fenomena budaya flexing ini.

2. Imitative Matrealistik

Imitative materialistik mengacu pada upaya individu untuk meniru atau meniru gaya hidup atau kekayaan orang lain dalam upaya untuk meningkatkan status sosial atau memenuhi keinginan mereka. Kehidupan yang serba mewah dan gaya hidup bergengsi dapat memicu perasaan ingin meniru di kalangan netizen. Ketika netizen melihat betapa puas dan bahagianya seseorang yang hidup dalam kemewahan, hal ini sering kali membangkitkan aspirasi untuk mencapai hal yang sama.

Dalam hal ini, beberapa penonton kanal YouTube Leslar *Entertainment* menjadi terinspirasi untuk meniru gaya hidup mewah yang ditampilkan oleh Rizky Billar dan Lesti Kejora. Adapun beberapa akun penonton Leslar yang melakukan *imitative materialistic* tersebut, yaitu:

Tabel 2. Akun yang melakukan *imitative materialistik*

No	Akun Imitative Materialistik
1	Arsila Mahda Elchumaira/ @arsilamahdaelchumaira6125 ~ 1,21 rb subscriber “what...gold???”



Keterangan: Pada gambar diatas, terlihat bahwa pemilik akun

@arsilamahdaelchumaira6125 melakukan *flexing* dengan memamerkan perhiasan emas yang dimilikinya dan dibagikan di media sosial Youtube *short*. Pemilik akun ini juga merupakan salah satu penonton dari video *flexing* di Youtube Leslar *Entertainment* . Jadi akun ini berpotensi meniru budaya *flexing* yang dilakukan di Youtube Leslar *Entertainment* .

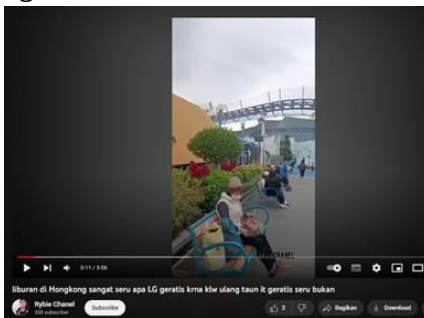
- 2 Paijah
Arplos/@paijaharplos4541 ~
395 subscriber “Hasil bongkar celengan hasilnya jutaan”



Keterangan : pada gambar diatas, terlihat bahwa pemilik akun @paijaharplos4541

melakukan *flexing* dengan memamerkan hasil dari bongkar celengan yang berjumlah jutaan yang dimilikinya dan dibagikan di media sosial Youtube *short*. Pemilik akun ini juga merupakan salah satu penonton dari video *flexing* di Youtube Leslar *Entertainment* . Jadi, akun ini berpotensi meniru budaya *flexing* yang dilakukan di Youtube Leslar *Entertainment* .

- 3 Rybie
Chanel/@rybiechanel3944 ~
330 *subscriber* “liburan di
Hongkong sangat seru apa LG
gratis krna klw ulang taun it
gratis seru bukan”



Keterangan : Pada gambar diatas, terlihat bahwa pemilik akun @rybiechanel3944 melakukan *flexing* dengan memamerkan keseruan liburan ke Hong Kong yang dilakukan oleh pemilik akun. Pemilik akun ini juga merupakan salah satu penonton dari video *flexing* di Youtube Leslar *Entertainment* . Hal ini menunjukkan bahwa akun ini berpotensi meniru budaya *flexing* yang dilakukan di Youtube Leslar *Entertainment* .

(Sumber : Diolah Peneliti, 2023)

Pertama terdapat akun dengan nama pengguna @arsilamahdaelchumaira6125 yang memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 1,21 ribu. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa di dalam akun tersebut, terdapat

video yang menggambarkan adanya budaya *flexing*. Dalam video tersebut, pemilik akun memamerkan koleksi perhiasan emas mewahnya. Video ini disertai dengan caption "What...gold???" dan dibagikan melalui platform media sosial YouTube *Short*. hal ini menunjukkan adanya budaya *flexing* atau memamerkan kekayaan materialistik secara mencolok.. jadi hal ini berpotensi meniru kegiatan *flexing* yang dilakukan Lesti dan Bilar karena pemilik akun merupakan peneonton di *channel* Youtube Leslar *Entertainment* .

Kedua terdapat akun dengan nama pengguna @pajaharplos4541 yang memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 395. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa di dalam akun tersebut, terdapat video yang menggambarkan adanya budaya *flexing*. Dalam video tersebut, pemilik akun memamerkan uang jutaan rupiah dari hasil bongkar celengan. Video ini disertai dengan caption "Hasil bongkar celengan hasilnya jutaan" dan dibagikan melalui platform media sosial YouTube *Short*. hal ini menunjukkan adanya budaya *flexing* atau memamerkan kekayaan materialistik secara mencolok.. jadi hal ini berpotensi meniru kegiatan *flexing* yang dilakukan Lesti dan Bilar karena pemilik akun merupakan peneonton di *channel* Youtube Leslar *Entertainment*

ketiga terdapat akun dengan nama pengguna @ rybiechanel3944 yang memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 330. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa di dalam akun tersebut, terdapat video yang menggambarkan adanya budaya *flexing*. Dalam video tersebut, pemilik akun memamerkan keseruan liburan ke luar negeri. Video ini disertai dengan caption " liburan di Hongkong sangat seru apa LG gratis krna klw ulang taun it gratis, seru bukan " dan dibagikan melalui platform media sosial YouTube *Short*. hal ini menunjukkan adanya budaya *flexing* atau memamerkan kekayaan materialistik secara mencolok.. jadi hal ini berpotensi meniru kegiatan *flexing* yang dilakukan Lesti dan Bilar karena pemilik akun merupakan peneonton di *channel* Youtube Leslar *Entertainment* .

Berdasarkan dari beberapa akun *netizen* di atas, dapat disimpulkan bahwa mereka adalah penonton dari konten-konten *flexing* yang ditampilkan oleh Leslar *Entertainment*. Respon yang ditunjukkan oleh akun-akun tersebut terhadap konten-konten *flexing* Leslar sangat positif, dengan mereka memberikan dukungan penuh terhadap apa yang dilakukan oleh Leslar. Akibatnya, mereka merasa terinspirasi untuk mengikuti jejak yang sama, meskipun mereka menyadari bahwa mereka belum bisa menyamai apa yang ditampilkan dalam *flexing* oleh Leslar *Entertainment*. Situasi ini secara tidak langsung mencerminkan adanya fenomena imitatif materialistik, dimana budaya *flexing* yang dilakukan oleh Leslar mempengaruhi *netizen* untuk meniru perilaku serupa dengan tujuan untuk menunjukkan status materi yang serupa.

Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Hasanah, 2019) Materialisme didefinisikan menjadi sebuah paham yang menganggap harta benda sebagai hal yang sangat penting bagi individu dalam mengejar kebahagiaan. Dalam pandangan ini, kekayaan materi dianggap sebagai salah satu faktor utama yang dapat memberikan kepuasan dan kebahagiaan bagi individu. Materialisme menekankan pentingnya memiliki harta benda yang banyak dan mewah sebagai simbol kesuksesan dan status sosial.

Jika dikaitkan dengan analisis fenomenologi alfred schutz dalam konteks ini, individu yang terlibat dalam imitatif materialistik menciptakan makna pribadi dari keinginan untuk meniru gaya hidup mewah orang lain yang dilihatnya di media sosial, di mana individu menyederhanakan dan mengkategorikan pengalaman sosial berdasarkan kriteria tertentu, seperti mencari simbol kesuksesan dan status sosial melalui kepemilikan harta benda mewah.

3. Aspek Motif sebab (*Because motive*)

Dalam mempertimbangkan aspek motif karena (*because motive*) *flexing* pada channel YouTube Leslar *Entertainment*, peneliti menemukan beberapa faktor yang

bisa menjadi pendorong Lesti dan Bilar untuk melakukan praktik *flexing*, yaitu:

Pertama, mencari perhatian. Salah satu motif karena yang mendorong Lesti dan Bilar untuk melakukan *flexing* adalah untuk mencari perhatian masyarakat dan mendapat pengakuan dari orang lain. Hal ini tentunya sangat penting bagi seorang *public figure* terlebih lagi pasca kasus KDRT yang telah menimpa Lesti Kejora sebelumnya, sehingga untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap dirinya lagi, ia berusaha untuk membuat konten-konten khususnya konten yang mengandung *flexing* untuk menarik perhatian masyarakat khususnya *netizen*. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) Dari *flexing* selebgram merupakan tindakan yang dilakukan seorang untuk menunjukkan sesuatu yang mewah guna mendapatkan pengakuan dari orang lain dan mencari perhatian pada pengikut di media sosial.

Kedua, eksistensi. Salah satu motif karena yang mendorong Lesti dan Bilar untuk melakukan *flexing* adalah keinginan untuk diakui keberadaannya. Dalam kehidupan masyarakat, budaya *flexing* seringkali dijadikan sebagai media untuk menunjukkan bahwa seseorang memang mampu. Sehingga hal ini menimbulkan pemahaman bahwa kebahagiaan berkaitan dengan hal-hal yang bersifat materialistik. Praktik ini menjadi cara bagi Leslar untuk menunjukkan siapa mereka sebagai individu yang memperlihatkan keberhasilan mereka, atau mengungkapkan minat dan preferensi mereka dalam hal kepemilikan barang-barang mewah.

Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) dari sudut pandang pelaku *flexing*, kegiatan tersebut dianggap keren dan ketika melakukan kegiatan tersebut seorang membutuhkan hal tersebut atau haus akan pujian orang lain. Ini berarti bahwa pelaku *flexing* merasa senang dan puas ketika mereka dapat menunjukkan sesuatu yang mereka miliki kepada orang lain dan mendapatkan pujian atau pengakuan dari mereka.

Ketiga, tekanan social. Salah satu motif karena yang melatarbelakangi Lesti dan Bilar untuk melakukan *flexing* adalah adanya tekanan sosial berupa memenuhi kebutuhan hidup, tuntutan gaya hidup atau pengaruh dalam pergaulan lingkungan. Tak bisa dipungkiri bahwa lingkungan dimana seseorang berada dapat mempengaruhi cara seseorang untuk berperilaku. Terlebih lagi seorang artis dimana seringkali identik dengan gaya hidup yang serba berkemewahan. Sehingga hal ini secara tidak langsung telah mempengaruhi Leslar untuk mengikuti gaya hidup artis pada umumnya. Dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup, manusia harus melakukan kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi merupakan aktivitas atau usaha yang dilakukan seseorang untuk mewujudkan atau memenuhi kebutuhannya. Bagi setiap seseorang kebutuhan setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda ada sebagian yang merasa kurang ada juga yang merasa cukup dikutip dari penelitian (Budiarok, 2021). Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) pengaruh yang diberikan cukup besar maupun kuat untuk mempengaruhi orang lain baik dari segi konten, bisnis, dan sosial. Adanya dorongan kebutuhan dari pengikut ataupun lain hal, sehingga *flexing* saat ini menjadi tidak terlalu yang harus mewah dan megah melainkan banyak hal bisa di *flexing* kan.

Keempat, kurang berempati. Salah satu motif karena yang kemungkinan bisa mendorong Lesti dan Bilar untuk melakukan *flexing* adalah kurang adanya empati untuk menempatkan dirinya di posisi orang lain yang kemungkinan tidak menyukai dengan perilakunya. Terkadang seseorang tidak membutuhkan alasan untuk memamerkan hal-hal yang dia miliki, sehingga tanpa ia sadari bahwa perilakunya tersebut bisa menimbulkan kesenjangan sosial bagi orang-orang yang ada di sekitarnya khususnya *netizen*. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) dari sudut pandang pelaku *flexing*, kegiatan tersebut dianggap keren dan ketika melakukan kegiatan tersebut seorang membutuhkan hal tersebut atau haus akan pujian orang lain. Sedangkan, dilihat dari

sudut pandang orang lain bahwa melihat kejadian atau kegiatan *flexing*, kegiatan tersebut dianggap norak dan sering kali banyak orang yang tidak menyukai kegiatan *flexing* atau orang sombong.

4. Aspek Motif Tujuan (In Order to Motif)

Dalam analisis motif dan tujuan (*in order to motif*) *flexing* di Channel YouTube Leslar *Entertainment*, peneliti menemukan beberapa faktor yang bisa menjadi tujuan Lesti dan Bilar untuk melakukan praktik *flexing*, yaitu:

Pertama, meningkatkan popularitas. Salah satu motif utama *flexing* di channel YouTube Leslar *Entertainment* bisa menjadi dorongan untuk mendapatkan popularitas dan perhatian dari penonton. Dengan menampilkan gaya hidup mewah dan barang-barang yang mahal, Lesti dan Bilar berharap dapat menarik perhatian orang-orang dan memperoleh popularitas yang lebih besar di platform tersebut. Dengan memamerkan gaya hidup mewah dan barang-barang mahal, mereka dapat menciptakan citra sebagai individu yang sukses dan berada di tingkat sosial yang tinggi, yang dapat meningkatkan popularitas mereka. Adapun data dari hasil penelitian menunjukkan adanya komentar dari *netizen* yang mengakui kesuksesan dan peningkatan tingkat popularitas yang diraih oleh Lesti dan Bilar melalui video-video *flexing* yang ditayangkan di kanal YouTube Leslar *Entertainment*. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) menunjukkan sesuatu yang mewah guna mendapatkan pengakuan dari orang lain. untuk menunjukkan kualitas diri demi meraih sebuah popularitas di media sosial Instagram

Kedua, meningkatkan citra dan status sosial. *Flexing* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan citra dan status sosial. Dengan memamerkan

kekayaan materi, Lesti dan Bilar ingin mengesankan penonton dan memperoleh pengakuan sebagai orang yang sukses dan berada di tingkat sosial yang tinggi. Berdasarkan dari hasil penelitian, terdapat komentar-komentar dari para *netizen* yang mengakui kesuksesan yang diraih oleh Lesti dan Bilar melalui video-video *flexing* yang ditayangkan di kanal YouTube Leslar *Entertainment*. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) untuk mendapatkan pujian dari orang lain dan juga untuk aktualisasi diri serta untuk mendapatkan citra diri agar membedakan dengan *selebgram* yang lain dengan kata lain mempunyai ciri khas tersendiri. Serta sosial juga jadi salah satu dalam menumbuhkan rasa kepada pengikut dari media sosial khususnya *selebgram* menarik perhatian, interaksi sosial, maupun timbal balik agar para *selebgram* melihat momen fenomena *flexing* sebagai menaikkan sosial mereka.

Ketiga, meningkatkan pengikut dan keuntungan finansial. Motif lainnya dalam praktik *flexing* di channel YouTube Leslar *Entertainment* bisa menjadi upaya untuk meningkatkan jumlah pengikut dan mendapatkan keuntungan finansial melalui monetisasi konten. Dengan menampilkan gaya hidup mewah, mereka berharap dapat menarik lebih banyak pengikut dan sponsor, yang pada gilirannya dapat menghasilkan pendapatan tambahan. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) Konten sendiri menjadi salah satu cara awal dalam *selebgram* memperkenalkan produk maupun karya mereka kepada dunia media sosial Instagram yang bisa menjadi sebuah konten *flexing*. Sosial juga jadi salah satu dalam menumbuhkan rasa kepada pengikut dari media sosial khususnya *selebgram* menarik perhatian, interaksi sosial, maupun timbal balik agar para *selebgram* melihat momen fenomena *flexing* sebagai

menaikkan sosial mereka. Tidak kalah pentingnya juga bahwa *flexing* berkaitan dengan namanya bisnis karena *flexing* tidak jauh dari *selebgram* menjadi pengikut untuk bergabung dalam bisnis yang sedang dijalankan oleh *selebgram* tersebut.

Keempat, inspirasi dan aspek hiburan. Meskipun dapat terlihat kontroversial, praktik *flexing* juga bisa dimotivasi oleh keinginan untuk menginspirasi penonton dan menyediakan aspek hiburan. Lesti dan Bilar berharap bahwa melalui video *flexing* mereka, penonton dapat merasa terhibur, terinspirasi, atau bahkan termotivasi untuk mencapai kesuksesan dan gaya hidup yang lebih baik. Berdasarkan data dari hasil penelitian, terdapat komentar dari *netizen* yang menyatakan bahwa mereka merasa terhibur, terinspirasi, atau bahkan termotivasi ketika menonton video *flexing* yang dilakukan oleh Lesti dan Bilar di kanal YouTube Leslar *Entertainment*. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) adanya dorongan kebutuhan dari pengikut ataupun lain hal, sehingga *flexing* saat ini menjadi tidak terlalu yang harus mewah dan megah melainkan banyak hal bisa di *flexing* kan. *Flexing* *selebgram* sekarang lebih kepada menikmati hal-hal yang dilakukan oleh *selebgram* tersebut karena tidak mungkin untuk meraih hal tersebut.

Kelima, peningkatan nilai merek dan peluang bisnis. *Flexing* juga dapat berperan dalam membangun nilai merek dan membuka peluang bisnis. Dengan menunjukkan kepemilikan barang-barang mewah, Rizky Billar dan Lesty Kejora dapat membangun citra merek pribadi yang kuat, yang dapat menjadi dasar untuk menjalin kerjasama dengan merek atau bisnis lainnya. Hal ini dapat membawa peluang untuk mendapatkan sponsor atau kesepakatan bisnis yang menguntungkan. Dari data hasil penelitian, Lesti dan Bilar berhasil mendapatkan beberapa kesepakatan

bisnis yang menguntungkan. Keberhasilan ini dapat terjadi karena mereka telah membangun citra merek pribadi yang kuat melalui video-video *flexing* di kanal YouTube Leslar *Entertainment*. Sedangkan jika dikutip dari penelitian (Nugroho, 2022) Tidak kalah pentingnya juga bahwa *flexing* berkaitan dengan namanya bisnis karena *flexing* tidak jauh dari selebgram menjadi pengikut untuk bergabung dalam bisnis yang sedang dijalankan oleh selebgram tersebut. Membangun sebuah bisnis dari skala yang kecil menuju bisnis yang mempunyai skala yang lebih besar akan berjalan dengan lancar apabila seorang pebisnis sudah mempelajari dan mempersiapkan apapun kebutuhan-kebutuhan dari bisnis tersebut dikutip dari penelitian (Budiarok, 2021).

Dari analisis fenomenologi Alfred Schutz diatas, maka dapat kita ketahui bahwa fenomena *flexing* yang dilakukan oleh Lesti-Billar di Leslar *Entertainment* tidak hanya digunakan untuk ajang pamer saja yang dapat di *imitative* materialistik oleh penggemarnya di YouTube. Namun, dalam tindakan *flexing* nya tersebut, juga didasari motif yang melatar belakangi suatu tindakan atau *because of motive* (motif sebab) dan motif motif yang menajadi tujuan suatu tindakan atau *in order to motive* (motif tujuan).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena *flexing* yang ditampilkan oleh Lesti-Billar dalam Leslar *Entertainment* telah menimbulkan fenomena imitasi materialistik pada sebagian penonton channel YouTube-nya. Hal ini didukung oleh komentar-komentar positif terhadap konten-konten *flexing* milik Leslar sehingga mereka pun terinspirasi untuk melakukan *imitative* walaupun dengan materialistik yang belum sepadan.. Fenomena *flexing* ini tidak hanya untuk

pamer, tetapi juga didasari oleh motif sebab dan tujuan sesuai dengan teori fenomenologi Alfred Schutz.

Adapun beberapa motif sebab (*because motive*) yang bisa menjadi latar belakang Lesti dan Billar dalam melakukan praktik budaya *flexing* di channel YouTube Leslar *Entertainment* adalah untuk mencari perhatian, eksistensi, tekanan sosial, dan kurangnya empati. Sedangkan beberapa motif tujuan (*in order to motive*) yang dapat mempengaruhi atau mendorong Lesti dan Billar dalam melakukan praktik budaya *flexing* di channel YouTube Leslar *Entertainment* adalah untuk popularitas dan perhatian, meningkatkan citra dan status sosial, meningkatkan pengikut dan keuntungan finansial, inspirasi dan aspek hiburan, peningkatan nilai merek dan peluang bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda. (2022, September 12). *Flexing: Pengertian, Penyebab, Akibat, dan Cara Menghindarnya*. Gramedia Blog.
<https://www.gramedia.com/best-seller/flexing-adalah/>
- Arifin, Moch. B. U. B., & Nurdyansyah. (2018). Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. In *Umsida Press* (Issue 0). Umsida Press.
<https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>
- Budiarok, A. A. (2021). FENOMENOLOGI MAHASISWA SEBAGAI ENTREPRENEUR DI KOTA PEKANBARU (Teori Fenomenologi Alfred Schutz). In *Repository Universitas Islam Riau*. YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI .

- Darmalaksana, W. (2022). Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial. *Gunung Djati Conference Series*, 8, 412–427. <http://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/586>
- Hasanah, U. (2019). The Self-Esteem among Non-Materialistic Individuals. *Atlantis Press*, 304. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.57>
- 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: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 9, 113–121.
- Kristinova, J. C. (2022). TINDAKAN IMITASI GAYA HIDUP PEMENGARUH PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 2, 350–363.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Nugroho, T. S. (2022). PERSEPSI FENOMENA FLEXING SELEBGRAM PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA. *Repository Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Ririn, -, Warouw, D. M. D., & Kalesaran, E. R. (2022). STRATEGI HUMAS DALAM MENJAGA HUBUNGAN YANG HARMONIS DENGAN PIHAK MEDIA (Studi di Polda Sulut). *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/42861>
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022 – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital yogyakarta*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Rizaty, M. A. (2022, February 16). *Flexing, Si Tukang Pamer di Media Sosial - Infografik Katadata.co.id*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/620ccf5348c7f/flexing-si-tukang-pamer-di-media-sosial>
- Sari, M., Siswati, T., Suparto, A. A., Jonata, Ambarsari, I. F., Azizah, N., Safitri, W., Hasanah, N., Agusti, Gravitiani, E., & Andalia, N. (2022). *Metodologi Penelitian - Mila Sari, Tri Siswati, Arico Ayani Suparto, Jonata, Ida Fitriana Ambarsari, Nur Azizah, Wahyuningsih Safitri, Nur Hasanah, Agusti, EviGravitiani* (pertama). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wiyono Hadi, Firmansyah Haris, & Ramadhan Iwan. (2022). *PERUBAHAN SOSIAL BUDAYA - Hadi Wiyono, Haris Firmansyah, Iwan Ramadhan*. Penerbit Lakeisha.